

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Transformasi budaya masyarakat Indonesia modern yang ada pada wilayah metropolitan tidak lepas dari keberadaan perkembangan pada era globalisasi yang terjadi. Setiap aspek kehidupan, termasuk pertumbuhan ekonomi, sangat dipengaruhi oleh budaya. Budaya berdampak pada kebijakan perusahaan atau pemasar serta pengambilan keputusan konsumen dalam konteks pemasaran. Pelanggan memiliki perilaku berbeda satu sama lain dalam hal keinginan dan keadaan mereka, yang mengarah pada perilaku konsumen yang rumit. Ciri-ciri bagaimana seseorang membuat pilihan dan berbagai aspek yang memengaruhi perilakunya dalam mengambil keputusan tentang penggunaan suatu barang atau jasa dapat dipahami melalui pemahaman tentang perilaku konsumen.

Meningkatnya kebutuhan akan hiburan didorong oleh pergeseran budaya yang terjadi secara bersamaan, perubahan perilaku masyarakat, dan peningkatan aktivitas manusia setiap hari. Hiburan umum yang sangat didambakan baik oleh pegawai maupun mahasiswa, khususnya di wilayah metropolitan, dengan tujuan untuk mengurangi stres, ketegangan, kebosanan, dan kejenuhan akibat aktivitas sehari-hari yang dilakukan secara rutin.

Pada era industri 4.0 perkembangan teknologi begitu cepat berkembang sehingga tidak dapat di sangka hampir seluruh masyarakat di Indonesia ini menggunakan teknologi. Berkat dari kemajuan teknologi, manusia dapat memanfaatkan keunggulan yang diberikan internet dalam melakukan kegiatan sehari-hari, manusia percaya bahwa teknologi dapat membantu dalam menjalankan kebutuhan keseharian mereka menjadi lebih efektif. Internet menjadi salah satu perkembangan dari teknologi yang banyak di manfaatkan masyarakat. Dapat dilihat pertumbuhan pengguna internet seperti dibawah ini.

Gambar 1. Perkembangan Pengguna Internet



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2022

Pada Gambar diatas, Terlihat grafik persentase yang menunjukkan kenaikan pengguna internet pada tahun 2018 yang mencapai angka 64,80%. Lalu pada tahun 2019-2020 yang menunjukkan peningkatan pengguna internet yang mencapai 73,70% . Lalu pada tahun 2021-2022 yang menunjukkan peningkatan penggunaan internet di indonesia yang mencapai 77,02% pengguna internet di indonesia. Yang dimana Pada survey APJII ini menunjukkan jumlah penduduk total yang berada di indonesia yang terhubung dengan internet mencapai angka 210.026.769 Jiwa dari total populasi indonesia yang berjumlah 272.682.600 jiwa pada tahun 2021.

Berdasarkan data jumlah penduduk yang menggunakan internet di Indonesia yang meningkat tiap tahunnya ini memberikan indikasi yang baik bagi perkembangan bidang industri yang menerapkan sistem digitalisasi terkhusus pada sektor hiburan. Dengan hadirnya internet yang terus memudahkan manusia dalam hal apapun, tentunya masyarakat telah beralih ke layanan digital. Salah

satunya digitalisasi yang memudahkan manusia untuk mendapatkan hiburan adalah industri musik digital.

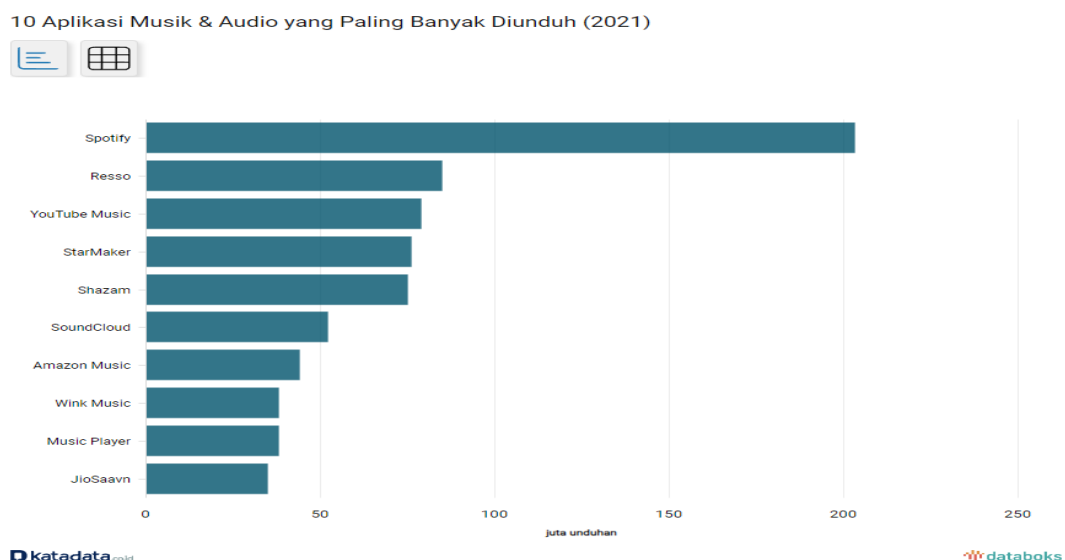
Layanan ini memberi pelanggannya kesempatan untuk menggunakan layanan streaming musik secara *online*. Orang-orang di Indonesia biasanya enggan mendengarkan musik, tetapi seiring kemajuan teknologi, mereka menjadi lebih terbuka. 88% penggemar musik Indonesia dalam studi tahun 2018 oleh Dailysocial mengatakan bahwa mereka mendengarkan musik lebih aktif daripada tahun sebelumnya.

Para konsumen yang memilih untuk mendengarkan musik artis favorit mereka dalam CD dan album fisik terkadang membeli barang tersebut karena mereka ingin menunjukkan rasa terima kasih atau dukungan mereka kepada artis tersebut, yang mereka rasa telah menciptakan sesuatu yang sangat spesial untuk mereka. Selain itu, mereka mengumpulkan salinan fisik album dan CD dengan harapan mereka akan menghargai nilainya. Namun, kenyamanan adalah apa yang dihadirkan oleh layanan musik digital, konsumen hanya membutuhkan akses ke internet dan aplikasi streaming musik. Pengguna layanan streaming musik ini juga dapat memilih dan mengunduh lagu sesuka hati mereka, tanpa perlu khawatir apakah lagu yang di dengar mereka merupakan musik yang legal atau tidak.

Software streaming Spotify menjadi salah satu yang kini banyak disukai di kalangan mereka yang memiliki hobi dan menyukai musik. Spotify adalah aplikasi yang menawarkan akses online atau streaming ke hiburan musik yang legal. Spotify premium memastikan bahwa lagu yang ditawarkan adalah lagu yang berlisensi dan memungkinkan pengguna untuk menikmati pilihan koleksi yang lengkap. Pengguna Spotify dapat mendengarkan musik dari banyak genre musik dan artis domestik dan internasional. Ada dua opsi berlangganan yang tersedia di Spotify yaitu gratis dan berbayar. Berbagai tingkat kualitas layanan diberikan kepada pengguna layanan premium dan freemium. Layanan premium Spotify memberikan keunggulan fitur pada pengguna untuk dapat melakukan *download* pada musik untuk di dengarkan tanpa menggunakan akses internet, mendengarkan tanpa iklan, dan meningkatkan kualitas audio. Sementara itu, fungsi-fungsi ini tidak tersedia di langganan freemium Spotify.

Terkait dengan layanan premium Spotify, ada sejumlah tingkatan langganan yang tersedia untuk pelanggan membayar. Ada sejumlah tingkatan paket premium Spotify yang dapat dipilih, termasuk: (1) langganan bulanan untuk satu pengguna; (2) langganan dua pengguna seharga Rp. 64.990,-/bulan; (3) paket langganan keluarga sebanyak enam pengguna seharga Rp. 79.000,-/bulan; (4) langganan tujuh hari untuk satu pengguna seharga Rp. 16.500,-/bulan; (5) langganan harian untuk satu pengguna seharga Rp (Spotify, 2021). Pelanggan layanan premium Spotify dapat melakukan pembelian melalui situs web spotify itu sendiri, serta melalui kupon pihak ketiga yang dijual di *online shop*. Berikut *chart* layanan streaming musik langganan terpopuler di tahun 2021, salah satunya Spotify.

Gambar 2. Streaming Musik dengan unduhan Terbanyak pada tahun 2021



Sumber: KataData

Pada Gambar *chart* Streaming Musik dengan unduhan Terbanyak pada tahun 2021, tersedia chart yang menunjukkan layanan streaming musik dengan yang paling banyak di unduh pada tahun 2021. Spotify masih menjadi platform dengan unduhan terbanyak didunia pada tahun 2021 berdasarkan riset dari KataData. Hal ini juga di dasari oleh pernyataan dari (Dailysocial, 2020) yang mengatakan bahwa “aplikasi streaming musik yang saat ini marak di masyarakat yang mempunyai hobby senang mendengarkan musik adalah aplikasi musik spotify”.

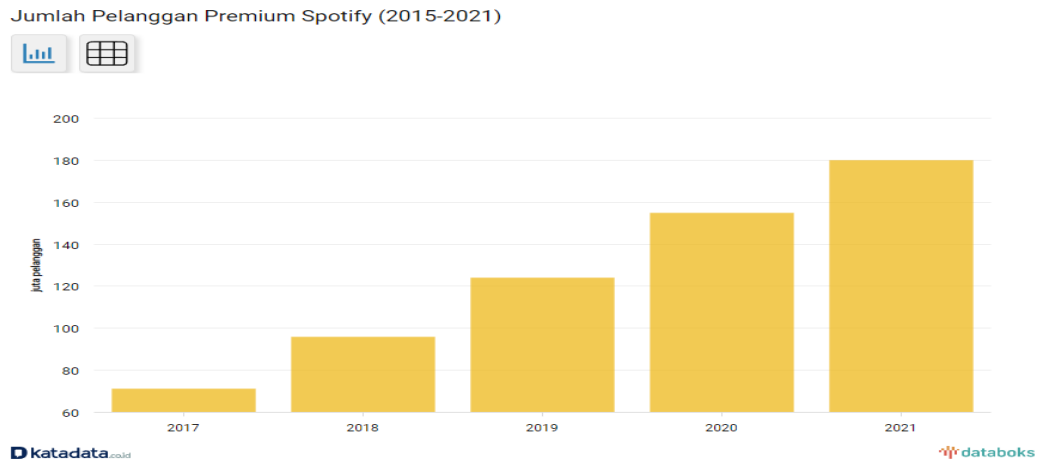
Fabian Cahaya Lesmana, 2022

PENGARUH KUALITAS PRODUK, SOCIAL MEDIA MARKETING, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN PREMIUM SPOTIFY

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

Gambar 3. Jumlah Pelanggan Premium Spotify (2015-2021)



Sumber: KataData

Pada Gambar 3. dapat dilihat grafik kenaikan jumlah pelanggan Premium Spotify pada tahun 2015-2021. Aplikasi streaming musik digital ini saat ini sedang mendominasi dengan menembus 180 juta pelanggan yang menggunakan akun premium di pasar musik dunia. Jumlah kenaikan jumlah pelanggan Premium Spotify tersebut naik sebesar 16,12% dibandingkan pada tahun sebelumnya. Layanan streaming musik asal Swedia ini memiliki 155 juta pelanggan berbayar pada tahun 2020 menurut statistik. Dari segi tren, basis anggota premium Spotify terus meningkat selama lima tahun terakhir. Selain itu, jumlah pelanggan yang membayar di aplikasi Spotify telah meningkat secara signifikan sejak wabah Covid-19. Tahun lalu, jumlah pelanggan Spotify 2,5 kali lebih banyak dibandingkan tahun 2017. Disebutkan bahwa hanya ada 71 juta anggota berbayar untuk program ini pada tahun 2017. Total jumlah pengguna aktif bulanan (MAU) Spotify di tahun 2021 akan menjadi 406 juta.

Dengan tingginya Jumlah Pembeli spotify premium dibanding pesaingnya, Apabila dikaitkan dengan keputusan pembelian pengguna layanan premium Spotify, “keputusan pembelian merupakan langkah terakhir konsumen dalam proses meyakinkan diri mereka dalam melakukan pembelian produk atau jasa yang ingin dibeli” (Kotler & Armstrong, 2016). Peraturan pemerintah yang membatasi kemampuan masyarakat untuk bekerja dan mencari nafkah terbukti

berdampak negatif terhadap pengeluaran konsumen. Orang-orang lebih peduli untuk memenuhi kebutuhan mendasar mereka, seperti mendengarkan layanan musik streaming gratis berkualitas tinggi, daripada memuaskan keinginan mereka. (Dailysocial, 2020).

Dengan maraknya berbagai layanan streaming musik, spotify yang menjadi layanan streaming musik dengan jumlah pelanggan berbayar yang terbanyak dibandingkan dengan kompetitor sesama layanan streaming musik lainnya, tentulah bukan karena tanpa alasan. Ada faktor-faktor yang menyebabkan mengapa banyak orang yang memutuskan membeli layanan premium spotify dibandingkan layanan streaming musik lainnya. Untuk itu lewat penelitian inilah, peneliti ingin mengetahui hal-hal tersebut.

Di antara banyak aspek yang menentukan keputusan akhir konsumen untuk membeli suatu barang, salah satu yang paling berpengaruh adalah gaya hidup konsumen. Menurut (Kotler dan Keller 2016) menjelaskan “gaya hidup merupakan kegiatan sehari-hari yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan juga opini”. Pernyataan tersebut juga didukung hasil penelitian Ni Luh Ani Kadeari, Komang Krisna Heryanda (2021) dengan berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Layanan “Music Spotify Premium” Studi Kasus pada Generasi Milenial di Bali” dengan hasil temuan yang menyimpulkan bahwa “Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian layanan Music Spotify Premium pada generasi milenial di Bali”. Peneliti ingin meneliti adanya pengaruh Gaya Hidup konsumen terhadap keputusan mereka dalam membeli layanan premium spotify dikarenakan gaya hidup didefinisikan sebagai cara seseorang waktu mereka (aktifitas), mayoritas masyarakat yang mendengarkan musik tentunya tidak saat di waktu luang, melainkan mendengarkan kan musik di saat aktivitas mereka berjalan seperti bekerja, belajar serta ketika sedang di perjalanan. Untuk itu peneliti ingin mengetahui apakah Gaya Hidup dari Konsumen akan mempengaruhi mereka dalam memutuskan untuk membeli layanan premium spotify.

Selain gaya hidup, Kualitas produk merupakan aspek lain yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Hal ini juga dikonfirmasi oleh penelitian dari Cici Dessyaningrum, Samsir, Yulia Efni (2022) dengan judul

“Pengaruh Kualitas Mobile, Harga, dan Kualitas Produk dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Moderasi terhadap Keputusan Pembelian Online Situs Shopee” dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa “Kualitas Produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian”. Peneliti ingin meneliti adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli layanan premium spotify dikarenakan peneliti ingin mengetahui apakah besarnya pengguna spotify dipengaruhi oleh kualitas produk dari layanan premium spotify seperti fitur unggulannya dibanding streaming musik lain atau tidak. Untuk itu peneliti ingin mengetahui apakah Kualitas Produk dari Spotify akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli layanan premium spotify.

Pada penelitian lainya dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk, Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Zuma” oleh Luh Gede Juni Irayanti, Ni Wayan Eka Mitariani, I Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja (2019) dengan hasil penelitian yang menyimpulkan bahwa “Social Media Marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Peneliti ingin meneliti Social Media Marketing terhadap keputusan pembelian layanan premium spotify dikarenakan kegiatan promosi marketing spotify banyak yang melalui social media seperti iklan-iklan yang ada di platform Instagram, Twitter serta bahkan social media yang masih cukup baru seperti tiktok. Untuk itu peneliti ingin mengetahui apakah Social Media Marketing yang dilakukan oleh spotify akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli layanan premium spotify.

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk, peneliti ingin mengetahui apakah faktor kualitas produk, social media marketing dan gaya hidup mempengaruhi konsumen dalam memutuskan membeli layanan premium spotify. Untuk itu dipilihlah variabel pada penelitian ini antara lain yaitu Kualitas Produk, social media marketing, serta gaya hidup sebagai variabel bebas, serta keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Untuk sampel pada penelitian akan dipilih berdasarkan konsumen yang berdomisili di

wilayah yang sama dengan domisili peneliti yaitu JABODETABEK dikarenakan agar memudahkan peneliti dalam menyebarkan kuesioner. Variabel diatas dipilih juga didasari pada penelitian sebelumnya yang memberikan pengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti dengan mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Layanan Premium Spotify”.

### **I.2 Perumusan Masalah**

1. Apakah kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Layanan Premium Spotify?
2. Apakah *Social Media Marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Layanan Premium Spotify?
3. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Layanan Premium Spotify?

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini ada sebagai berikut :

1. Untuk membuktikan dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk membuktikan dan menganalisis apakah *social media marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk membuktikan dan menganalisis apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk membuktikan dan menganalisis apakah kualitas produk, social media marketing, dan gaya hidup berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **I.4 Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, maka manfaat yang diharapkan oleh penulis adalah :

- a. Manfaat Teoritis



Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam memperkayakan wawasan yang selanjutnya dapat menjadi pengembangan inovasi di bidang pemasaran.

1) Bagi Pembaca

Menambah pengetahuan pembaca mengenai pemasaran dalam melakukan pembelian khususnya pada kualitas produk , social media marketing dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

2) Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan, serta ilmu yang telah dipelajari dalam pemasaran mengenai keputusan pembelian yang didasari oleh kualitas produk, social media marketing dan gaya hidup.

3) Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pengetahuan yang memiliki preferensi untuk meneliti mengenai keputusan pembelian.

Hasil penemuan pada penelitian ini harus dapat bermanfaat sebagai sumber dan informasi bagi peneliti lain yang ingin meneliti keputusan pembelian.

b. Manfaat Praktis

Pada penelitian ini, Secara praktis diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1) Bagi peneliti

Menambah pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan pengetahuan mengenai kualitas produk , social media marketing dan gaya hidup terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

2) Bagi masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat mengambil manfaat dari penelitian ini sebagai sumber informasi dalam memutuskan atau memilih layanan streaming music yang berkualitas.

3) Bagi perusahaan

Diharapkan dengan hasil penelitian ini berguna sebagai masukan bagi produk Spotify dalam mempengaruhi konsumen sehingga mampu meyakinkan seseorang untuk menggunakan produknya.