



**PENGARUH FITUR SPOTIFY *SOCIAL* DAN PEMASARAN  
PERSONALISASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
SPOTIFY DIMEDIASI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN**

**SKRIPSI**

**PRIMO DEFA SEPNANDITO**

**2010111071**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**2023**



**PENGARUH FITUR SPOTIFY *SOCIAL* DAN PEMASARAN  
PERSONALISASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
SPOTIFY DIMEDIASI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen**

**PRIMO DEFA SEPNANDITO**

**2010111071**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Primo Defa Sepnandito

NIM : 2010111071

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 25 September 2023

Yang menyatakan,

A 10,000 Indonesian Rupiah banknote is shown with a signature written over it. The signature is in black ink and appears to be 'Primo'. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SERBIMILIA' and 'METERAI MPKJ'.

(Primo Defa Sepnandito)

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Primo Defa Sepnandito  
NIM : 2010111071  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : SI Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

### **PENGARUH FITUR SPOTIFY *SOCIAL* DAN PEMASARAN PERSONALISASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SPOTIFY DIMEDIASI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Desember 2023

A 10,000 Indonesian Rupiah stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMBEL' and '2010111071'. The signature is written in black ink over the stamp.

(Primo Defa Sepnandito)

# LEMBAR PENGESAHAN

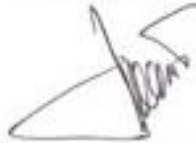
## SKRIPSI

### PENGARUH FITUR SPOTIFY SOCIAL DAN PEMASARAN PERSONALISASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SPOTIFY DIMEDIASI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**PRIMO DEFA SEPNANDITO 2010111071**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 15 Desember 2023  
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Drs. Nobelson, MM., CPM  
Ketua Penguji



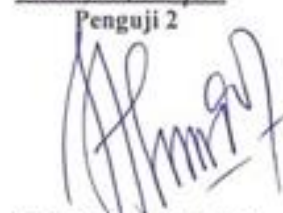
Dienni Ruhjatini, SE, MM  
Penguji 1



Suharyati, SE, MM  
Penguji 2



Dr. Jubaedah, S.E., MM  
Dekan



Siti Hidayati, SE, MM  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 15 Desember 2023

**Pengaruh Fitur Spotify *Social* Dan Pemasaran Personalisasi Terhadap Loyalitas  
Pelanggan Spotify Dimediasi Dengan Kepuasan Pelanggan**

**By Primo Defa Sepnandito**

**ABSTRACT**

*This research is a quantitative study that aims to determine the influence of Spotify social features and marketing personalization on Spotify customer loyalty, mediated by customer satisfaction. Spotify is a music streaming platform. Spotify is the market leader for music streaming platforms in the world, but in Indonesia, which is the country with the largest number of music streaming platform users in the world, the number of Spotify users is in second place with a number that is quite far from the music streaming platform in first place. The population used is Spotify users who live in South Tangerang with a sample of 100 respondents using a non-probability sampling method with a purposive sampling technique distributed via Google form on a Likert scale. The analysis technique used is descriptive and inferential with the SEM-PLS technique in the Smart PLS 4 application. Based on this research, it can be seen that the Spotify social and personalized marketing features have no effect on Spotify customer loyalty but have an effect on customer satisfaction. In addition, customer satisfaction can mediate Spotify's social features and marketing personalization on Spotify customer loyalty.*

**Keyword:** *Spotify Social Feature; Personalized Marketing; Customer Satisfaction; Customer Loyalty; Spotify*

# **Pengaruh Fitur Spotify *Social* Dan Pemasaran Personalisasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Spotify Dimediasi Dengan Kepuasan Pelanggan**

**Oleh Primo Defa Sepnandito**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari fitur Spotify *social* dan pemasaran personalisasi terhadap loyalitas pelanggan Spotify dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Spotify merupakan sebuah *music streaming platform*. Spotify merupakan *market leader music streaming platform* di dunia, tetapi di Indonesia yang merupakan negara dengan jumlah pengguna *music streaming platform* terbanyak di dunia, jumlah penggunanya Spotify menempati urutan kedua dengan angka yang cukup jauh dari *music streaming platform* pada urutan pertama. Populasi yang digunakan adalah pengguna Spotify yang berdomisili di Tangerang Selatan dengan sampel sebanyak 100 responden menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang disebarakan melalui Google *form* berskala likert. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan inferensial dengan teknik SEM-PLS pada aplikasi Smart PLS 4. Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa fitur Spotify *social* dan pemasaran personalisasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Spotify tetapi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Di samping itu kepuasan pelanggan dapat memediasi fitur Spotify *social* dan pemasaran personalisasi terhadap loyalitas pelanggan Spotify.

**Kata Kunci:** Fitur Spotify *social*; Pemasaran Personalisasi; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan; Spotify



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Pada hari Selasa, 15 Desember 2023 telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Primo Defa Sepnandito  
Nomor Induk Mahasiswa : 2010111071  
Program Studi : Manajemen S.1

(PENGARUH FITUR SPOTIFY SOCIAL DAN PEMASARAN PERSONALISASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN SPOTIFY DIMEDIASI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN)  
Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus/Tidak-Lulus\***)

**Tim Penguji**

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, MM., CPM	Ketua Penguji	1.
2	Dienni Ruhjatini, SE.MM	Anggota I	2.
3	Suharyati, SE.MM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta,

Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM



## PRAKATA

Puji dan syukur Peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Fitur Spotify *Social* Dan Pemasaran Personalisasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Spotify Dimediasi Dengan Kepuasan Pelanggan”, sebagai salah satu syarat untuk melakukan sidang akhir dalam rangka menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ).

Peneliti sangat menyadari bahwa skripsi ini mungkin tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini Peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., selaku Dekan FEB UPNVJ.
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM., selaku Kepala Jurusan Manajemen FEB UPNVJ
3. Ibu Siti Hidayati, SE, MM., selaku Kepala Program Studi Manajemen yang selalu memberikan informasi kepada Peneliti demi berjalannya skripsi yang sesuai baik dalam tenggat waktu maupun sistematis penyusunan.
4. Ibu Suharyati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar mengayomi dan sangat peduli kepada Peneliti khususnya dalam penyusunan skripsi.
5. Mama Debby Anggraini Septi yang selalu mendukung Peneliti tanpa henti sejak Peneliti dilahirkan di dunia hingga saat penyusunan skripsi ini dan Peneliti rasa kedepannya juga akan sama. Peneliti sangat bersyukur dilahirkan oleh Mama Debby karena bagi Peneliti beliau merupakan sosok Ibu tersempurna di semesta ini sekaligus motivasi terbesar Peneliti untuk tidak pernah menyerah dalam mengejar dunia dan akhirat.
6. Keluarga Peneliti, yaitu Ayah Eka, Ayuk Yarra, Adek Flaura, Nenek, dan Mbak bule yang senantiasa memberikan dukungan dan lingkungan yang

nyaman baik secara langsung maupun tidak langsung kepada Peneliti untuk menyelesaikan skripsi.

7. Teman-teman Peneliti, yaitu Raki Imran Wardhana, Insanul Haykal, Akira Gaudi, Tubagus Yazid, Raffi Dhiya, dan Althaf Raja yang terus memberikan semangat dan masukan kepada Peneliti untuk menyelesaikan skripsi dan mengejar impian selanjutnya
8. Rekan Seperjuangan Peneliti, yaitu Muhammad Hafizh Ghodzahdi, Dinda Puspita Khairunnisa, Muhammad Dhika Rafi, dan Aldy Farhan Ramadhan yang telah berjuang bersama melewati susah dan senangnya perkuliahan termasuk penyusunan skripsi ini
9. Diri sendiri yang selalu berusaha maksimal dan tidak pernah menyerah dalam mengejar impiannya satu per satu yang dimana skripsi merupakan salah satunya
10. The 1975 yang merupakan musisi favorit Peneliti yang lagunya senantiasa menemani Peneliti dalam pengerjaan skripsi ini

Jakarta, 15 Desember 2023

Primo Defa Sepnandito

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUNG</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Pemasaran Jasa .....	13
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	14
2.1.4 Pemasaran Digital .....	14
2.1.5 Loyalitas Pelanggan .....	15
2.1.6 Kepuasan Pelanggan .....	16
2.1.7 Fitur Spotify <i>Social</i> .....	17
2.1.8 Pemasaran Personalisasi.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu Terkait Loyalitas Pelanggan .....	21
2.3 Model Penelitian Empiris.....	28
2.3.1 Fitur Spotify <i>Sosial</i> terhadap loyalitas pelanggan.....	28
2.3.2 Fitur Spotify <i>Social</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	28
2.3.3 Fitur Spotify <i>Social</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Dengan Kepuasan Pelanggan....	29
2.3.4 Pemasaran Personalisasi terhadap Loyalitas Pelanggan .....	29
2.3.5 Pemasaran Personalisasi terhadap Kepuasan Pelanggan .....	30
2.3.6 Pemasaran Personalisasi terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan .....	30
2.3.7 Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	31
2.4 Hipotesis.....	32
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.1.1 Definisi Operasional.....	34
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	35
3.2 Populasi dan Sampel .....	35

3.2.1	Populasi.....	35
3.2.2	Sampel .....	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.4	Teknik Analisis Data.....	38
3.4.1	Teknik Analisis Data Deskriptif .....	38
3.4.2	Teknik Analisis Data Inferensial .....	38
3.5	Uji Hipotesis.....	40
3.6	Kerangka Model Penelitian .....	43
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>44</b>
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian .....	44
4.2	Deskripsi Data Responden .....	45
4.3	Analisis Data Deskriptif .....	46
4.4	Analisis Data Inferensial .....	49
4.4.1	Uji Outer Model .....	50
4.4.2	Uji Inner Model.....	57
4.4.3	Uji Hipotesis.....	60
4.5	Pembahasan.....	63
4.5.1	Fitur Spotify <i>Social</i> terhadap loyalitas pelanggan.....	63
4.5.2	Fitur Spotify <i>Sosial</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	64
4.5.3	Fitur Spotify <i>Sosial</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Dengan Kepuasan Pelanggan....	65
4.5.4	Pemasaran Personalisasi terhadap Loyalitas Pelanggan .....	66
4.5.5	Pemasaran Personalisasi terhadap Kepuasan Pelanggan .....	68
4.5.6	Pemasaran Personalisasi terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan .....	69
4.5.7	Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	70
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>		<b>72</b>
5.1	Simpulan.....	72
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	72
5.3	Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>74</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>		<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu Terkait Loyalitas Pelanggan .....	26
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	35
Tabel 3. Skala Likert .....	37
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen .....	37
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Pada Tangerang Selatan	46
Tabel 8. Karakteristik Responden Lama Penggunaan Spotify .....	46
Tabel 9. Hasil Jawaban Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	47
Tabel 10. Hasil Jawaban Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	47
Tabel 11. Hasil Jawaban Terhadap Fitur Spotify Social .....	48
Tabel 12. Hasil Jawaban Terhadap Pemasaran Personalisasi.....	49
Tabel 13. Uji Outer Loadings Variabel Loyalitas Pelanggan .....	50
Tabel 14. Uji Outer Loadings Variabel Kepuasan Pelanggan .....	51
Tabel 15. Uji Outer Loadings Variabel Fitur Spotify Social .....	51
Tabel 16. Uji Outer Loadings Variabel Pemasaran Personalisasi .....	52
Tabel 17. Average Variance Extracted (AVE) .....	52
Tabel 18. Cross Loading Variabel Loyalitas Pelanggan.....	53
Tabel 19. Uji Outer Model heterotrait-monotrait ratio (HTMT).....	54
Tabel 20. Uji Multikolinearitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	54
Tabel 21. Uji Multikolinearitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	55
Tabel 22. Uji Multikolinearitas Variabel Fitur Spotify Social .....	55
Tabel 23. Uji Multikolinearitas Variabel Pemasaran Personalisasi.....	56
Tabel 24. Uji Cronbach's Alpha .....	56
Tabel 25. Uji Composite Reliability.....	57
Tabel 26. Uji Inner Model R-Square.....	57
Tabel 27. Uji Inner Model f-Square .....	59
Tabel 28. Uji Hipotesis.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Persentase Negara Dengan Jumlah Streaming Musik Tertinggi di Dunia ..	2
Gambar 2. Waktu Yang Dhabiskan Untuk Streaming Musik Indonesia .....	3
Gambar 3. Persentase Music Streaming Platform yang Paling Sering Digunakan Masyarakat Indonesia .....	4
Gambar 4. Rating Review Pengguna Music Streaming Platform 2023 .....	5
Gambar 5. Model Penelitian .....	32
Gambar 6. Kerangka Model Penelitian .....	43
Gambar 7. Logo Spotify .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2. Kuesioner 100 Responden .....	87
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden .....	99
Lampiran 4. Hasil <i>Output</i> Model Smart PLS 4.....	101
Lampiran 5. Hasil Pengecekan Turnitin.....	106