

***THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE, AND
LIFESTYLE ON CONCERT TICKET PURCHASE DECISIONS
(A STUDY ON DYANDRA GLOBAL EDUTAINMENT)***

By Nadila Syalaisha

Abstract

The creative industry, particularly the music sector, has become a key driver of economic growth in several countries, including Indonesia. One of its notable contributions is the organization of concerts and music festivals, which stimulate consumer behavior, particularly in purchasing concert tickets. Currently, many promoters in Indonesia contribute to advancement by organizing concerts and music festivals. Dyandra Global Edutainment is one such promoter playing a pivotal role in these efforts. This study aims to determine, verify, and analyze the partial influence of price, brand image, and lifestyle on concert ticket purchase decisions. It is a quantitative study utilizing both primary and secondary data. The sample consists of 130 respondents who are customers or consumers of Dyandra Global Edutainment 2023 or 2024. The sampling technique employed is non-probability sampling, specifically purposive sampling. Data collection was conducted through a questionnaire distributed via social media, and the collected data were analyzed using descriptive and inferential analysis techniques. Data processing was performed using SmartPLS version 4.1.0.8 software. The results of the study indicate that (1) price has a significant influence on concert ticket purchase decisions, (2) brand image has a significant influence on concert ticket purchase decisions, and (3) lifestyle has a significant influence on concert ticket purchase decisions.

Keywords: *Price, Brand Image, Lifestyle, Purchase Decisions, Dyandra Global Edutainment*

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KONSER (STUDI PADA DYANDRA GLOBAL EDUTAINMENT)

Oleh Nadila Syalaisha

Abstrak

Industri kreatif, khususnya sektor musik, telah menjadi pendorong pergerakan ekonomi di beberapa negara, termasuk Indonesia. Salah satu kontribusi yang diberikan industri tersebut yaitu adanya penyelenggaraan konser dan festival musik, yang mendorong perilaku konsumsi masyarakat dalam hal pembelian tiket konser. Saat ini, banyak promotor di Indonesia yang berkontribusi dalam memajukan ekonomi melalui penyelenggaraan konser dan festival musik. Dyandra Global Edutainment adalah salah satu promotor yang turut berperan dalam upaya tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, membuktikan, dan menganalisis secara parsial pengaruh harga, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket konser. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Sampel pada penelitian ini terdiri dari 130 responden yang merupakan pelanggan atau konsumen Dyandra Global Edutainment pada tahun 2023 atau 2024. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan yaitu non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada sosial media dan data yang didapatkan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial. Pengolahan data dilakukan menggunakan software SmartPLS versi 4.1.0.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket konser, (2) citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket konser, dan (3) gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket konser.

Kata Kunci: Harga, Citra Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Dyandra Global Edutainment