

# **PENGARUH GAYA HIDUP DAN KEPERIBADIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LAYANAN PREMIUM APLIKASI STREAMING MUSIK SPOTIFY DI JAKARTA**

**Diajukan Oleh**

**Nama : Ferdy Handryanto**

**NIM : 25170333**

**Skripsi**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**

**Konsentrasi Pemasaran**



**KWIK KIAN GIE**  
**SCHOOL OF BUSINESS**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**September 2021**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## PENGESAHAN

### PENGARUH GAYA HIDUP DAN KEPERIBADIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LAYANAN PREMIUM APLIKASI STREAMING MUSIK SPOTIFY DI JAKARTA

Diajukan Oleh

Nama : Ferdy Handryanto

NIM : 25170333

Jakarta, Agustus 2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing.

(Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA 2021

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Ferdy Handryanto / 25170333 / 2021 / Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian konsumen layanan premium aplikasi *streaming* musik Spotify Di Jakarta/ Pembimbing : Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Dalam berjalannya waktu ketika industri musik mulai berkembang, orang-orang menikmati musik dengan cara yang efektif dan sederhana, dimulai dari mendengarkan musik secara langsung atau penyanyi yang membawakan sebuah lagu atau memainkan sebuah instrumen musik. Lalu seiring kemajuan zaman dan teknologi, orang-orang mulai dapat mendengarkan musik melalui media perantara tanpa harus mendengarkan langsung dari seorang penyanyi atau musisi, seperti contohnya mendengarkan musik dari radio, kepingan CD ataupun pita musik. Perkembangan ekonomi yang sangat cepat, dapat merangsang berbagai bidang usaha jasa termasuk jasa *streaming* Indonesia. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian konsumen layanan premium aplikasi *streaming* musik Spotify Di Jakarta.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Gaya Hidup, Kepribadian dan Keputusan Pembelian dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel *independent* dan variabel *dependent*. Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah Gaya Hidup dan Kepribadian, sedangkan variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

Objek dan penelitian ini adalah Spotify. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Data responden yang digunakan adalah 100 sampel pengguna Spotify. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*.

Hasil uji penelitian ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian baik terhadap Gaya Hidup, Kepribadian dan Keputusan Pembelian. Menunjukkan bahwa Gaya Hidup dan Kepribadian berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian konsumen layanan premium aplikasi *streaming* musik Spotify.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Kepribadian, Keputusan Pembelian.



## ABSTRACT

Ferdy Handryanto / 25170333 / 2021 / The Influence of Lifestyle and Personality on Consumer Purchase Decisions for the premium service of the Spotify music streaming application in Jakarta/ Supervisor: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Over time when the music industry began to develop, people enjoyed music in an effective and simple way, starting from listening to live music or singers performing a song or playing a musical instrument. Then as the times and technology progressed, people began to be able to listen to music through intermediary media without having to listen to it directly from a singer or musician, for example listening to music from the radio, CDs, or music tapes. Very fast economic development can stimulate various service business fields including Indonesian streaming services. Therefore, researchers are interested in conducting a study entitled The Effect of Lifestyle and Personality Influence on Consumer Purchase Decisions for the premium service streaming music application Spotify in Jakarta.

The theory used in this study is Lifestyle, Personality, and Purchase Decisions in this study are divided into two types, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are Lifestyle and Personality, while the dependent variable in this study is Purchase Decision.

The object of this research is Spotify. The method used in this research is descriptive analysis and multiple regression analysis. The respondent data used is 100 samples of Spotify users. Sampling was done by non-probability sampling with judgment sampling technique.

The test results of this study indicate that the respondents gave a good assessment of Lifestyle, Personality, and Purchase Decision. This shows that Lifestyle and Personality have a positive effect on Consumer Purchase Decisions for Spotify's premium music streaming application.

**Keywords:** Lifestyle, Personality, Purchase Decision.





## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan mendapat gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati peneliti mengarpakan segala kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam menyusun skripsi ini peneliti menemukan banyak kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, nasehat dan bimbingan dari beberapa pihak maka dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah di tentukan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya:

1. Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah berkenan menyisihkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, dorongan dan masukan kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan .
3. Orang tua dan seluruh anggota keluarga yang telah memberi dukungan, membantu dan doa selama proses pembuatan skripsi dan dapat diselesaikan dengan baik.
4. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam membuat skripsi ini.
5. Seluruh pihak yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner serta kepada pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat di selesaikan tepat waktu.



Akhir kata, penulis mendoakan semoga Tuhan Yang Maha Kuasa melimpahkan kasih dan karuniannya yang berlipat ganda untuk kebaikan semua pihak yang terlibat dan berharap agar apa yang telah penulis paparkan dalam skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membaca dan memerlukannya.

Jakarta, 25 Agustus 2021

Ferdy Handryanto

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Identifikasi Masalah</b> .....	7
<b>C. Batasan Masalah</b> .....	7
<b>D. Batasan Penelitian</b> .....	8
<b>E. Rumusan Masalah</b> .....	8
<b>F. Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>G. Manfaat Penelitian</b> .....	9
<b>BAB II</b> .....	10
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	10
<b>A. Landasan Teori</b> .....	10
1. Perilaku Konsumen.....	10
2. Gaya Hidup.....	15
3. Kepribadian.....	17
4. Keputusan Pembelian.....	18
<b>B. Penelitian Terdahulu</b> .....	21
<b>C. Kerangka Pemikiran</b> .....	25
<b>BAB III</b> .....	27
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	27
<b>A. Obyek Penelitian</b> .....	27
<b>B. Desain Penelitian</b> .....	27
<b>C. Operasionalisasi Analisis Variabel Penelitian</b> .....	29





<b>D. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	32
<b>E. Teknik Pengambilan Sampel</b> .....	33
<b>F. Teknik Analisis Data</b> .....	33
<b>1. Uji Validitas</b> .....	33
<b>2. Uji Reliabilitas</b> .....	34
<b>3. Analisis Deskriptif</b> .....	35
<b>4. Skala Likert</b> .....	36
<b>5. Uji Asumsi Klasik</b> .....	37
<b>6. Analisis Regresi Berganda</b> .....	39
<b>BAB IV</b> .....	41
<b>HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	41
<b>A. Gambaran Umum Obyek Penelitian</b> .....	41
<b>1. Sejarah Perusahaan</b> .....	41
<b>2. Logo Perusahaan</b> .....	42
<b>3. Produk</b> .....	43
<b>B. Instrumen Penelitian</b> .....	44
<b>1. Uji Validitas</b> .....	44
<b>2. Uji Reliabilitas</b> .....	46
<b>3. Analisis Deskriptif</b> .....	48
<b>a. Analisis persentase</b> .....	48
<b>4. Skala Likert</b> .....	50
<b>a. Analisis Variabel Gaya Hidup</b> .....	50
<b>b. Analisis Variabel Kepribadian</b> .....	52
<b>c. Analisis Variabel Keputusan Pembelian</b> .....	53
<b>5. Uji Asumsi Klasik</b> .....	55
<b>a. Uji Normalitas</b> .....	55
<b>b. Uji Heteroskedastisitas</b> .....	55
<b>c. Uji Multikolinearitas</b> .....	56
<b>6. Analisis Regresi Berganda</b> .....	57
<b>a. Uji Keberartian Model (Uji F)</b> .....	57
<b>b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)</b> .....	58
<b>c. (Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>))</b> .....	59
<b>7. Pembahasan</b> .....	60
<b>BAB V</b> .....	63
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	63
<b>A. Simpulan</b> .....	63

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





<b>B. Saran.....</b>	<b>63</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>66</b>

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	gambar industri musik rekaman 2015.....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Gaya Hidup.....	28
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Kepribadian .....	29
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian .....	30
Tabel 3.4	Skala Likert .....	35
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup .....	43
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kepribadian.....	44
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup .....	46
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepribadian .....	46
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.7	Profil Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.8	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 4.9	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.10	Skor Rata – Rata Variabel Gaya Hidup.....	51
Tabel 4.11	Skor Rata – Rata Variabel Kepribadian.....	52
Tabel 4.12	Skor Rata – Rata Variabel Keputusan Pembelian .....	53
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas .....	55
Tabel 4.14	Hasil Uji Heterokedatisitas .....	55
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas .....	56
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	57
Tabel 4.17	Hasil Uji F atau Uji ANOVA .....	58
Tabel 4.18	Hasil Uji Signifikan Koefisien atau Uji t.....	59
Tabel 4.19	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	60



## DAFTAR GAMBAR

<p><b>© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p>	<p>Gambar 1.1 gambar industri musik rekaman 2015 ..... 2</p> <p>Gambar 1.2 Jumlah Langganan Berbayar Streaming Musik global ..... 3</p> <p>Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Aktif Aplikasi <i>Streaming</i> online .....5</p> <p>Gambar 2.1 kerangka pemikiran.....25</p> <p>Gambar 4.1 logo Spotify.....41</p> <p>Gambar 4.2 layanan Spotify.....42</p>	
---	--	--

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pra-Kuesioner.....	70
Lampiran 2	Data Pra-Kuesioner Gaya Hidup.....	72
Lampiran 3	Data Pra-Kuesioner Kepribadian.....	74
Lampiran 4	Data Pra-Kuesioner Keputusan Pembelian.....	74
Lampiran 5	Hasil Output Validitas Variabel Gaya Hidup.....	76
Lampiran 6	Hasil Output Validitas Variabel Kepribadian.....	77
Lampiran 7	Hasil Output Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	78
Lampiran 8	Hasil Output Uji Reliabilitas Gaya Hidup.....	79
Lampiran 9	Hasil Output Uji Reliabilitas Kepribadian.....	79
Lampiran 10	Hasil Output Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	79
Lampiran 11	Kuesioner.....	79
Lampiran 12	Data Profil Responden.....	83
Lampiran 13	Hasil Output Profil Responden (Jenis Kelamin).....	86
Lampiran 14	Hasil Output Profil Responden (Usia).....	87
Lampiran 15	Hasil Output Profil Responden (Pekerjaan).....	87
Lampiran 16	Data Kuesioner Variabel Atribut Merek.....	87
Lampiran 17	Data Kuesioner Variabel Advokasi Merek.....	80
Lampiran 18	Data Kuesioner Variabel Ekuitas Merek.....	92
Lampiran 19	Hasil Output Uji Normalitas.....	95
Lampiran 20	Hasil Output Uji Heterokedastisitas.....	95
Lampiran 21	Hasil Output Uji Multikolinieritas.....	95
Lampiran 22	Hasil Output Uji F.....	96
Lampiran 23	Hasil Output Uji t.....	96
Lampiran 24	Hasil Output Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	96
Lampiran 25	R Tabel <i>Pearson</i> .....	97
Lampiran 26	Tabel t.....	98

© Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menyebarkan atau menggunakan materi ini tanpa izin IBIKKG.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.