



**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN LAYANAN MUSIK DIGITAL *SPOTIFY PREMIUM* DI  
DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA**

**Oleh:**

**Nama: Juan Christoforus**

**NIM: 77190182**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi Kewirausahaan



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**APRIL 2023**

Hak cipta milik IBI KKG (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.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## PENGESAHAN

# PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN MUSIK DIGITAL *SPOTIFY PREMIUM* DI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA

**Diajukan Oleh:**

**Nama : Juan Christoforus**

**NIM : 77190182**

**Jakarta, 14 Maret 2023**

**Disetujui Oleh:**

Pembimbing



(Muhammad Fuad, S.E. M.P.)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA 2023**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.



## ABSTRAK

Juan Christoforus / 77190182 / 2023 / Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Musik Digital Spotify Premium di Daerah Khusus Ibukota Jakarta / Pembimbing: Muhammad Fuad, S.E. M.P.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian layanan musik digital *Spotify Premium* di Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Untuk mendukung penelitian ini, digunakan beberapa teori seperti harga, promosi dan keputusan pembelian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah harga dan promosi dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Objek penelitian ini yaitu layanan *Spotify Premium* di Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner elektronik yaitu dengan menggunakan *google forms* kepada 106 responden pengguna *Spotify Premium* di daerah ibukota khusus Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan Teknik *judgement sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptik dan regresi linear berganda.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi yaitu residu berdistribusi normal, tidak terdapat heteroskedastisitas, dan tidak terdapat multikolinearitas. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian dan berdasarkan uji t dapat disimpulkan bahwa harga dan promosi memiliki nilai signifikansi dibawah 0.05 sehingga hipotesis diterima.

Hasil penelitian ini adalah harga sudah sesuai dan promosi sudah sesuai dan keputusan pembelian meningkat, dimana harga dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian disarankan agar *Spotify Premium* perlu memperhatikan penetapan harga yang masih dinilai baik agar dapat mencapai nilai sangat baik, terutama harga terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan. *Spotify Premium* juga perlu meningkatkan promosi yang dinilai baik agar mencapai nilai sangat baik, dengan cara memperhatikan penjualan langsung terhadap calon pelanggannya.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

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

© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## ABSTRACT

Juan Christoforus / 77190182 / 2023 / *The Effect of Price and Promotion on Purchasing Decisions for Spotify Premium Digital Music Services in the Special Capital Region of Jakarta* / Advisor: Muhammad Fuad, S.E. M.P.

*This study aims to determine how the effect of price and promotion on purchasing decisions for Spotify Premium digital music services in the Special Capital Region of Jakarta.*

*To support this research, several theories such as price, promotion and purchasing decisions are used. The independent variables in this study are price and promotion and the dependent variable is the purchase decision. The object of this research is the Spotify Premium service in the special capital city of Jakarta.*

*Data collection is carried out by distributing electronic questionnaires using google forms to 106 respondents who used Spotify Premium in the special capital city of Jakarta. Sampling is carried out using a non-probability sampling method with a judgment sampling technique. The research method used is descriptive analysis and multiple linear regression.*

*The results of the classical assumption test show that the regression model fulfils the assumptions, namely normally distributed residuals, no heteroscedasticity, and no multicollinearity. The results of multiple regression analysis show that the regression model can be used to predict purchasing decisions and based on the t test it can be concluded that price and promotion have a significance value below 0.05 so that the hypothesis is accepted.*

*The results of this study are that the price is appropriate and the promotion is appropriate and the purchasing decision increases, where price and promotion have a positive effect on purchasing decisions. Based on the results of the study, it is recommended that Spotify Premium needs to pay attention to pricing which is still considered good in order to achieve excellent value, especially the price of the quality of service offered. Spotify Premium also needs to improve promotions which are considered good in order to achieve excellent scores, by paying attention to direct sales to potential customers.*

**Keywords:** Price, Promotion, Purchase Decision



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala berkat, kekuatan, dan karunianya saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Layanan Musik Digital Spotify Premium di Daerah Khusus Ibukota Jakarta” dengan tepat waktu. Penulisan skripsi ini ditunjukkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis.

Pada penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan dukungan pada penulis. Oleh sebab itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada

1. Ibu Dr. Sylvia Sari Rosalina, S. Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Muhammad Fuad, S.E. M.P, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu untuk membantu penulis dari awal sampai akhir penyelesaian skripsi.
3. Tim Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie khususnya dalam program Ilmu Administrasi Binis yang telah memberikan banyak pengetahuan dalam mengajar selama perkuliahan
4. Orang tua dan Keluarga yang selalu mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis.
5. Alvin Ryandra Chiyomori, Dovenio Saut Tulus Aaron Timnata, Hendrawan, Muhammad Abdul Aziz, Nadia Speransa, Rafi Irfan, Vanesa Azaria Agung Saputera, dan teman – teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan saran dan membantu penulis.





Penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan, baik isi maupun tata bahasa dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membantu dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu proses penulisan skripsi ini. Semoga penelitian yang dilakukan ini bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jakarta, 14 Maret 2023

Penulis,

Juan Christoforus

# DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	6
D. Batasan Penelitian .....	6
E. Rumusan Masalah .....	6
F. Tujuan Penelitian.....	7
G. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
A. Landasan Teori .....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Kerangka Pemikiran .....	21
D. Hipotesis .....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	23
A. Objek Penelitian .....	23
B. Desain Penelitian .....	23
C. Variabel Penelitian .....	25
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	28
E. Teknik Pengumpulan Data .....	29
F. Teknik Analisis Data .....	30
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	39
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
B. Profil Responden .....	40
C. Hasil Penelitian.....	42
D. Pembahasan .....	53





<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>55</b>
<b>A. Simpulan.....</b>	<b>55</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>55</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>59</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 2.1	Penelitian Terdahulu Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	17
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	18
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
Tabel 3.1	Indikator Penelitian Harga.....	26
Tabel 3.2	Indikator Penelitian Promosi .....	27
Tabel 3.3	Indikator Penelitian Keputusan Pelanggan.....	28
Tabel 3.4	Skala Likert .....	30
Tabel 3.5	Skala Likert .....	34
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	42
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....	43
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	44
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	45
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi .....	45
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.11	<i>Mean dan Confidence Interval</i> Variabel Harga.....	46
Tabel 4.12	<i>Mean dan Confidence Interval</i> Variabel Promosi .....	47
Tabel 4.13	<i>Mean dan Confidence Interval</i> Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50



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



Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas .....	50
Tabel 4.17 Hasil Uji Berganda .....	51
Tabel 4.18 Hasil Uji F .....	51
Tabel 4.19 Hasil Uji t .....	52
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	53

**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 GAMBAR

<p><b>© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</b>  <b>Diselenggarakan sebagai bagian dari seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</b></p> <p>1. 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.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p><b>Gambar 1.1</b> Diagram Pasar Berlangganan Musik <i>Streaming</i> Global ..... 2</p> <p><b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran ..... 22</p> <p><b>Gambar 3.1</b> Rentang Skala Llekert..... 33</p> <p><b>Gambar 4.1</b> Logo Spotify ..... 39</p> <p><b>Gambar 4.2</b> Rentang Skala Variabel Harga..... 46</p> <p><b>Gambar 4.3</b> Rentang Skala Variabel Promosi ..... 47</p> <p><b>Gambar 4.4</b> Rentang SKala Variabel Keptusan Pemblian ..... 49</p>	
---	--	--

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kusioner Peneletian .....	59
Lampiran 2: Hasil Output SPSS .....	62

**© 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.

