



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa globalisasi seperti saat ini, kebutuhan setiap orang semakin banyak dan bervariasi. Terlepas dari klasifikasi yang ada, seperti kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier, mendengarkan musik dianggap penting bagi banyak kebanyakan individu modern ini. Beberapa individu menganggap lagu atau musik merupakan segalanya, tanpa lagu hidup menjadi hampa, ada juga individu lain yang suka bernyanyi atau bermain musik, dan ada juga individu yang hanya menikmati musik. Industri Musik pun semakin hari semakin diminati seiring berkembangnya zaman. Banyak Individu yang senang mendengarkan musik untuk sekedar mengisi waktu luangnya dengan mendengarkan musik atau ada juga individu yang mendengarkan musik saat melakukan kegiatan lain, seperti mengemudi, memasak, membersihkan ruangan, bekerja, belajar, dan kegiatan lainnya.

Minat pendengar lagu atau musik seiring waktu berjalan semakin meningkat, terlebih dengan perkembangan teknologi yang memudahkan untuk mengakses musik. Berawal dari piringan hitam, berkembang menjadi kaset, *Walkman* oleh perusahaan asal Jepang yang memungkinkan untuk mendengarkan musik saat berpergian, *CD player*, *MP3 player*, dan sekarang yang paling modern, mudah, dan digemari oleh banyak individu adalah dengan mendengarkan musik melalui aplikasi di ponsel cerdas. Mendengarkan musik melalui aplikasi diawali dengan adanya situs *Youtube* oleh *Google* yang dimana merupakan situs berbagi berbagai macam video yang dimana tidak hanya berfokus untuk mendengarkan musik. Sekarang sudah banyak aplikasi atau *platform* di pasar yang berfokus untuk mendengarkan musik dengan kelebihanannya

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.

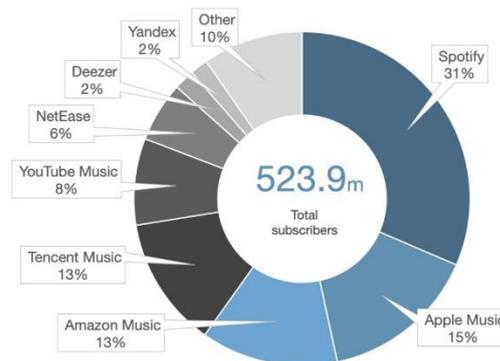


masing-masing. Berikut adalah beberapa nama aplikasi yang berfokus untuk mendengarkan musik yang populer di masyarakat dengan jumlah pangsa pasar pada kuartal ke-2 tahun 2021:

Gambar 1. 1
Diagram Pasar Berlangganan Musik *Streaming* Global

Global streaming music subscription market, Q2 2021

Global streaming music subscription market, Q2 2021, global



Source: MIDIA Research Music Subscriber Market Share Model 11/21



sumber: [midiaresearch.com](https://www.midiaresearch.com) (Mulligan, 2022)

Berdasarkan Gambar 1.1, dapat dilihat bahwa *Spotify* merupakan *platform streaming* musik terbesar di dunia per kuartal 2 2021 dengan total pangsa pasar mencapai 31% disusul oleh *Apple Music* sebagai kompetitor terberat dengan pangsa pasar 15%, diikuti oleh *Amazon Music* dan *Tencent Music* masing-masing 13% dan terakhir *Youtube Music* sebesar 8%. *Spotify* memiliki 165 juta pelanggan dari 523,9 juta pelanggan *streaming* musik secara global menurut analisis Mulligan (2022).

Spotify merupakan layanan musik digital, siniar (*podcast*), dan video yang memberi akses ke berbagai macam lagu dan konten lain dari kreator di seluruh dunia. Fungsi dasar *Spotify* adalah memutar musik tidak berbayar, tetapi *Spotify* menawarkan layanan berbayar yang dinamakan *Spotify Premium*. *Spotify Premium* memberikan kenyamanan lebih bagi para pelanggannya antara lain seperti mengunduh musik agar kita dapat mendengarkan dimana saja tanpa koneksi internet, mendengarkan

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.



musik bebas iklan, memutar lagu sesuai keinginan melalui perangkat pintar pilihan, dan dapat melawati lagu tanpa batas.

Fenomena *Spotify* memimpin pasar layanan streaming musik tidak pupus dari promosi yang dilakukannya dan harga yang kompetitif. Promosi merupakan cara perusahaan untuk mengkomunikasikan produk yang ditawarkan. Promosi yang dilakukan *Spotify* tidak hanya pada aplikasinya sendiri, *Spotify* juga melakukan promosi di platform lain seperti *Youtube*, *website*, *Instagram*, dan juga papan iklan di kota besar seperti Jakarta. *Spotify* sangat baik dalam mengkomunikasikan layanan berbayarnya. Iklan *Spotify Premium* yang biasa didengar pengguna *Spotify* tidak berbayar cukup menarik perhatian penduduk Indonesia sampai mencari tahu siapa pengisi suaranya. Selain itu *Spotify* juga mengadakan fitur “*Wrapped on Spotify*” setiap akhir tahun yang menunjukkan rincian durasi pemakaian, lagu yang paling sering diputar, aliran musik favorit, dan penyanyi favorit dalam penyajian yang menarik hingga banyak dibagikan di media sosial para penggunanya.

Faktor lain yang mempengaruhi kedudukan *Spotify* adalah harga. Harga dapat diartikan sebagai alat tukar atas produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Harga paket - paket yang ditawarkan oleh *Spotify Premium* lebih terjangkau dibanding dengan kompetitor terberat dipasarnya, *Apple Music* tetapi harga terjangkau tidak lagi menjadi kelebihan yang signifikan ketika *Youtube Music* masuk ke pasar layanan musik digital. *Youtube Music* yang merupakan pendatang baru dipasar ini sedang melakukan promosi secara intensif dan menawarkan harga yang sangat kompetitif dengan *Spotify Premium*. Fenomena tersebut merupakan faktor penyebab berkurangnya pangsa pasar pengguna *Spotify*.

Selain mempengaruhi pangsa pasar, kehadiran *Youtube Music* juga akan mempengaruhi keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan tahap terakhir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



dalam tahapan proses pengambilan keputusan pembelian yang dimana konsumen benar-benar membeli akibat pengaruh produk, citra merek, kualitas produk dan sebagainya. Penambahan kompetitor seperti *Youtube Music* akan mempengaruhi keputusan pembelian perusahaan lain, termasuk pemimpin pasar seperti *Spotify Premium*. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan kehadiran *Youtube Music* menambahkan pilihan yang tersedia dalam pasar layanan musik digital.

Meskipun *Spotify Premium* merupakan layanan musik digital berbayar dan banyaknya kompetitor di Indonesia yang tidak kalah saing dengan *Spotify Premium*, maka peneliti ingin melihat pengaruh harga dan promosi dari *Spotify Premium* di Daerah Khusus Ibukota Jakarta yang membuat masyarakat memutuskan menggunakan dan membeli *Spotify Premium*. Selain itu, penelitian tentang harga dan promosi sebenarnya sudah banyak dilakukan oleh penelitian terdahulu, mengingat kedua variabel tersebut termasuk dari pemasaran. Namun, beberapa penelitian yang telah dilakukan menggunakan variabel yang berbeda atau pun sektor penelitian yang berbeda sehingga menghasilkan kesimpulan yang berbeda pula.

Peneliti juga bermaksud untuk menguji validitas dari teori dan hasil penelitian sebelumnya. Inkonsistensi hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian sebelumnya dapat dilihat bahwa harga ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Astawa, 2022; Dwijantoro et al., 2022). Hasil penelitian variabel promosi pada penelitian-penelitian sebelumnya juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Dwijantoro et al., 2022; Fransiska & Madiawati, 2022; Luh Eni Kadeari & Kaisna Heryanda, 2021; Putri et al., 2020; Sani et al., 2022).

Namun pada penelitian lainnya, kedua variabel bebas tersebut terhadap keputusan pembelian memiliki hasil yang berbeda. Harga ditemukan berpengaruh



negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Fransiska & Madiawati, 2022; Nuraini & Novitaningtyas, 2022; Sani et al., 2022). Hasil penelitian variabel promosi pada penelitian sebelumnya ditemukan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Gusrita & Rahmidani, 2018). Beragamnya hasil penelitian terdahulu tersebut yang menjadi salah satu ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian.

Ditambah lagi dengan fenomena hadirnya *Youtube Music* di pasar layanan musik Harga yang ditetapkan pun juga tidak jauh berbeda dengan para kompetitornya. Namun tetap saja banyak masyarakat yang tetap menggunakan dan membeli *Spotify Premium*. Peneliti tertarik dengan promosi yang telah dilakukan oleh *Spotify Premium* dan ingin mengetahui promosi yang telah dilakukan tersebut sungguh berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh pelanggan *Spotify Premium* di Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Pada akhirnya, diharapkan terciptanya keputusan pembelian dari harga dan promosi tersebut karena dengan keputusan pembelian yang tinggi untuk membeli produk dapat menjadi salah satu kunci dalam berkembangnya suatu perusahaan terutama dalam bidang penjualan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dan batasan kemampuan penulis, maka dapat diperoleh identifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana minat pendengar musik di Daerah Khusus Ibukota Jakarta dapat terus meningkat seiring berjalannya waktu?
2. Mengapa layanan musik digital dapat menjadi sukses di Daerah Khusus Ibukota Jakarta menggantikan teknologi sebelumnya?
3. Bagaimana *Spotify* dapat memimpin pasar layanan musik digital berbayar di Daerah Khusus Ibukota Jakarta?



4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada layanan *Spotify Premium* di Daerah Khusus Ibukota Jakarta?

5. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada layanan *Spotify Premium* di Daerah Khusus Ibukota Jakarta?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini menjadi lebih terfokus, penulis akan membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas menjadi:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada layanan *Spotify Premium* di Daerah Khusus Ibukota Jakarta?

2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada layanan *Spotify Premium* di Daerah Khusus Ibukota Jakarta?

D. Batasan Penelitian

Mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut:

1. Periode penelitian dilaksanakan dari bulan Januari sampai Maret 2023.

2. Objek penelitian adalah *Spotify Premium*.

3. Subjek penelitian adalah konsumen yang pernah berlayanan *Spotify Premium* di wilayah Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka perumusan masalah yang diambil adalah bagaimana pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian layanan musik digital *Spotify premium* di daerah khusus ibukota Jakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik BIKKG (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 BIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



F. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilamemiliki tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh untuk:

- 1 Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Spotify Premium* di Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
- 2 Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian *Spotify Premium* di Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

G. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan atas penelitian ini, antara lain:

- 1 Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat mengkaji lebih dalam mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, serta salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Institut Bisnis Informatika Kwik Kian Gie School of Business.
- 2 Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan masukan bagi pihak manajemen untuk menetapkan strategi perusahaan yang lebih baik.
- 3 Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan sebagai menjadi literatur untuk menambah wawasan mengenai harga dan promosi bagi peneliti lain yang berminat melakukan penelitian lebih lanjut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.