

TUGAS AKHIR

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI *INTENION TO PURCHASING*
DIGITAL MUSIC MENGGUNAKAN APLIKASI
SPOTIFY**

Ditulis guna memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

Nama : Otniel William Handoko

Npm : 01120130011



**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
SURABAYA
2016**



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pelita Harapan
Surabaya,

Nama Mahasiswa : Otniel William Handoko

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120130011

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul
“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *INTENION TO PURCHASING DIGITAL MUSIC* MENGGUNAKAN APLIKASI SPOTIFY” adalah
:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku-buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 16 Agustus 2014

Yang membuat pernyataan,



(Otniel William Handoko)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI *INTENION TO PURCHASING DIGITAL*
***MUSIC* MENGGUNAKAN APLIKASI SPOTIFY**

Oleh :

Nama : Otniel William Handoko

NPM : 01120130011

Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Surabaya, 21 November 2014

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Co-Pembimbing Supervisor

Oliandes Sondakh, S.E., M.M.

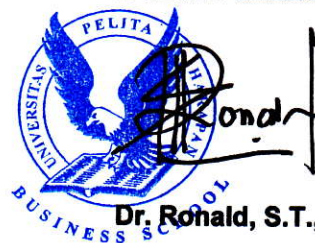
Yanuar Dahanjaya, B.Sc, M.M.

Ketua Jurusan Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi



Amelia, S.E, RFP-I, M.M.



Dr. Ronald, S.T., M.M.




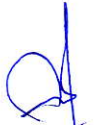

UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada hari Rabu, 14 September 2016 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama :

Nama : Otniel William Handoko
NPM : 01120130011
Jurusan : Manajemen

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENTION TO PURCHASING DIGITAL MUSIC MENGGUNAKAN APLIKASI SPOTIFY**” oleh tim penguji yang terdiri dari :

Dewan penguji	Status	Tanda tangan
Oliandes Sondakh, SE., M.M.	sebagai Ketua Penguji, Pembimbing	
Amelia S.E, RFP-I, M.M.	sebagai Penguji	
Dr. Ronald, S.T., M.M.	sebagai Penguji	

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Dr. Ronald, S.T., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita
2. Amelia, S.E, RFP-I, M.M., selaku kepala jurusan manajemen yang telah berperan banyak dalam membantu mengoreksi penelitian ini dan banyak menasihati penulis ini agar dapat menyelesaikan studi Universitas Pelita Harapan
3. Oliandes Sondakh S.E, M.M., selaku dosen pembimbing utama yang telah berperan paling banyak dalam membantu menyelesaikan skripsi ini, serta mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada penulis dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
4. Yanuar Dananjaya, B.Sc, M.M., selaku dosen pembimbing anggota yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Para staff pengajar Program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui kegiatan belajar-mengajar dengan dasar pemikiran dan pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nantinya.
6. Para staff administrasi Program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan yang telah banyak membantu dan

mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

7. Kedua orang tua khususnya Papi, Mami, saudara penulis yaitu Beatrice dan Kezia, yang telah banyak membantu dan berdoa untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan tugas-tugas terutama penelitian tugas akhir ini.
8. Teman-teman mahasiswa seperjuangan yaitu kelas interbis, yang telah memberikan supportnya setiap hari, serta relasi-relasi yang selama ini berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah saling mendukung dan mendoakan agar dapat bersama-sama lulus dengan bangga dan membawa keharuman nama baik Universitas Pelita Harapan Surabaya
9. D'movers!! Beserta keluarga besar KRD, yang telah menunjukkan supportnya dengan doa, membantu mengisi kuesioner dan dukungan kepada saya yang tentu saja membuat saya semangat dalam menyelesaikan tugas ini.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa, berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Dosen-dosen, Papa, Mama, Saudara dan teman-teman sekalian. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 15 Agustus 2014

Otniel William Handoko

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Batasan masalah	7
1.3 Rumusan masalah	9
1.4 Tujuan penelitian.....	10
1.5 Manfaat penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat teoritis	10
1.5.2 Manfaat praktis.....	11
1.5.2.1 Bagi penulis.....	11
1.5.2.2 Bagi Spotify	11
1.6 Sistematika penulisan.....	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan teori : <i>Theory of Planned Behaviour</i>	13
2.1.1 <i>Attitude</i>	13
2.1.2 <i>Subjective norms</i>	14
2.2 <i>Perceived playfulness</i>	15
2.3 <i>Price</i>	16
2.4 <i>Variety</i>	17
2.5 <i>Triability</i>	18
2.6 <i>Perceived risk</i>	19

2.7 <i>Convenience</i>	20
2.8 <i>Intention to purchase</i>	21
2.9 Penelitian terdahulu.....	22
2.10 Pengembangan hipotesis	24
2.10.1 Pengaruh <i>Perceived playfulness</i> terhadap <i>Intention to Purchasing music</i>	24
2.10.2 Pengaruh <i>Perceived playfulness</i> terhadap <i>Attitude</i>	25
2.10.3 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Attitude</i>	25
2.10.4 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Intention to purchasing music</i>	25
2.10.5 Pengaruh <i>Variety</i> terhadap <i>Attitude</i>	25
2.10.6 Pengaruh <i>Variety</i> terhadap <i>Intention to purchasing music</i>	26
2.10.7 Pengaruh <i>Triability</i> terhadap <i>Intention to purchasing music</i>	27
2.10.8 Pengaruh <i>Perceived low risk</i> terhadap <i>Intention to purchasing music</i> .	28
2.10.9 Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Intention to purchasing music</i>	28
2.10.10 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Intention to purchasing music</i>	29
2.10.11 Pengaruh <i>Subjective norms</i> terhadap <i>Intention to purchasing music</i> ..	29
2.11 Model penelitian.....	30
2.12 Bagan alur berpikir.....	31
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis penelitian	33
3.2 Populasi dan sampel.....	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Metode pengumpulan data	34
3.3.1 Jenis pengumpulan data	34
3.3.2 Teknik pengumpulan data	35
3.4 Definisi operasional	35
3.4.1 Pengukuran variabel.....	35
3.4.2 Pengukuran variabel.....	38
3.5 Metode analisis data.....	39

BAB 4 ANALISIS DATA PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum Spotify	46
4.2 Analisis data	47
4.2.1 Statistik Deskriptif	47
4.2.1.1 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Intention to Purchase</i>	48
4.2.1.2 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Attitude</i>	50
4.2.1.3 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Playfulness</i>	51
4.2.1.4 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price</i>	53
4.2.1.5 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Variety</i>	54
4.2.1.6 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Trialability</i>	56
4.2.1.7 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Low Risk</i>	57
4.2.1.8 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Convenience</i>	59
4.2.1.9 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Subjective Norms</i>	60
4.2.2 Hasil Pengujian Kualitas Data	61
4.2.2.1 Uji Validitas	61
4.2.2.2 Uji Realabilitas	62
4.2.2.3 Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas	63

4.2.2.4 Uji Asumsi Klasik Regresi Heterokedastisitas	64
4.2.2.5 Uji Asumsi Klasik Regresi Linearitas.....	66
4.2.2.6 Uji Asumsi Klasik Regresi Multikolinearitas	66
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis	67
4.2.3.1 Analisis Regresi Berganda Model 1 – Pengaruh <i>Perceived Playfulness, Price dan Variety terhadap Attitude</i>	67
4.2.3.2 Analisis Regresi Berganda Model 2 – Pengaruh <i>Perceived Playfulness, Price, Variety, Attitude, Trialability, Perceived Low Risk dan Conveience terhadap Intention to Purchase</i>	69
4.2.3.3 Uji T	72
4.3 Pembahasan.....	74
BAB 5 KESIMPULAN	
5.1 Simpulan	87
5.2 Implikasi.....	89
5.2.1 Implikasi teoritis	89
5.2.2 Implikasi Praktis	90
5.3 Rekomendasi	98
5.3.1 Rekomendasi untuk Spotify	98
5.3.2 Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Spotify.....	3
Gambar 1.2 <i>Perceived Playfulness</i> Spotify.....	6
Gambar 1.3 <i>Price</i> Spotify	7
Gambar 1.4 <i>Variety</i> dan <i>Trialability</i> Spotify	7
Gambar 1.5 <i>Perceived Low Risk</i> dan <i>Convenience</i> Spotify.....	8
Gambar 4.1 Aplikasi Spotify	47
Gambar 4.2 Responden laki dan perempuan.....	47
Gambar 4.3 Normal Probability Plot Uji Normalitas PP, P, V*A.....	63
Gambar 4.4 Normal Probability Plot Uji Normalitas PP, P, V, A, T, PL, C, SN*IP.....	64
Gambar 4.5 <i>Scatter Plot</i> Uji Heterokedasitas PP, P, V*A.....	65
Gambar 4.6 <i>Scatter Plot</i> Uji Heterokedasitas PP, P, V, A, T, PL, C, SN*IP ..	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Likert Scale Point</i>	35
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.3 <i>Rules of Thumb</i> Koefisien Korelasi	43
Tabel 4.1 Deskripsi Mean Rating Index	48
Table 4.2 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Intention to Purchase</i>	48
Table 4.3 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Attitude</i>	49
Table 4.4 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Playfulness</i>	51
Table 4.5 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price</i>	53
Table 4.6 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Variety</i>	54
Table 4.7 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Trialability</i>	56
Table 4.8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Low Risk</i>	57
Table 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Convenience</i>	59
Table 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Subjective Norms</i>	60
Table 4.11 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedasitas.....	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Linearitas	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.17 Koefisien korelasi <i>Perceived Playfulness, Price</i> dan <i>Variety</i> terhadap <i>Attitude</i>	67
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi ($Adj R^2$) <i>Perceived Playfulness,</i> <i>Price</i> dan <i>Variety</i> terhadap <i>Attitude</i>	67

Tabel 4.19 Hasil Uji F Perceived Playfulness, Price dan Variety terhadap Attitude	68
Tabel 4.20 Regresi Linear Berganda Perceived Playfulness, Price dan Variety terhadap Attitude.....	68
Tabel 4.21 Koefisien Korelasi Perceived Playfulness, Price, Variety, Trialability, Perceived Low Risk, Conveience, Subjective Norm, dan Attitude terhadap Intention to Purchase.....	69
Tabel 4.22 Koefisien Determinasi (Adjusted R ²) Perceived Playfulness, Price, Variety, Attitude, Trialability, Perceived Low Risk, Conveience dan Subjective Norm terhadap Intention to Purchase.....	69
Tabel 4.23 Hasil Uji F Perceived Playfulness, Price, Variety, Trialability, Perceived Low Risk, Conveience, Subjective Norm, dan Attitude terhadap Intention to Purchase	70
Tabel 4.24 Regresi Linear Berganda Perceived Playfulness, Price, Variety, Trialability, Perceived Low Risk, Conveience, Subjective Norm, dan Attitude terhadap Intention to Purchase.....	70
Tabel 4.25 Hasil Uji T.....	72
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	90
Tabel 5.2 Implikasi Praktis	97

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	A-1
LAMPIRAN B	B-1
LAMPIRAN C	C-1