

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
PADA APLIKASI SPOTIFY**

(Studi Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)

SKRIPSI



OLEH

OKTAVIA PRAMASTA SARI

20042010060

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
PADA APLIKASI SPOTIFY
(Studi pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur)

Disusun Oleh :

Oktavia Pramasta Sari
NPM. 20042010060

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING


Dra. Siti Ning Farida M.Si
NIP. 196406291990032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NPT. 368049400281

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA APLIKASI SPOTIFY

(Studi pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur)

Disusun Oleh:

Oktavia Pramasta Sari

NPM. 20042010060

Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 08 Maret 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032001

TIM PENGUJI

1. Ketua


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

2. Sekretaris


R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si
NIP. 197206132021211003

3. Anggota


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032001

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NPT. 368049400281

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Oktavia Pramasta Sari

NPM : 20042010060

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS

KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN

PADA APLIKASI SPOTIFY

(Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya pribadi saya dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 18 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



Oktavia Pramasta Sari

NPM. 20042010060

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada Aplikasi Spotify (Studi Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)”**

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan sesuai kurikulum Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi ini, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan masukan mengenai skripsi ini.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik secara fisik maupun psikologis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan. Penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian proposal ini.
5. Teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis khususnya Angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Dengan demikian, penulis meminta kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar penulisan skripsi ini tersusun secara sempurna.

Surabaya, Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan.....	10
1.4 Manfaat.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Pemasaran.....	15
2.2.2 Perilaku Konsumen	20

2.2.2 Harga	23
2.2.3 Promosi	26
2.2.4 Kepuasan Konsumen.....	28
2.2.5 Loyalitas Konsumen.....	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	33
2.3.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	33
2.3.2 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	33
2.3.3 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen	34
2.3.4 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen	34
2.3.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	35
2.3.6 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	35
2.3.7 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	36
2.4 Kerangka Berpikir	36
2.5 Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	40
3.2.1 Variabel bebas (<i>independen</i>)	40
3.2.2 Variabel penghubung (<i>intervening</i>).....	41
3.2.3 Variabel terikat (<i>dependen</i>)	42
3.2.4 Pengukuran Variabel	43

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	43
3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Sampel.....	44
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Jenis Data.....	46
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	47
3.6. Model Analisis Data	47
3.6.1 Model pengukuran (<i>outer model</i>).....	48
3.6.2 Model Struktural (<i>inner model</i>)	49
3.7 Cara Kerja PLS.....	50
BAB IV PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data	52
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	53
4.1.3 Logo Perusahaan.....	54
4.2 Penyajian Data.....	55
4.2.1 Data Karakteristik Responden	55
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	58
4.2.3 Analisis PLS-SEM.....	67
4.3 Pembahasan Hasil Hipotesis	76
4.3.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	76

4.3.2 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	77
4.3.3 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen	78
4.3.4 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen	79
4.3.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	80
4.3.6 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	82
4.3.7 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	83
4.3 Perbandingan Hasil Penelitian.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Unduhan Aplikasi Musik Streaming di Dunia.....	4
Gambar 1. 2 Data Pengguna Aplikasi Spotify dari tahun ke tahun.....	5
Gambar 1. 3 Jumlah Konsumen Aplikasi Spotify Berdasarkan Usia, Jenis Kelamin, dan Jumlah Anggota Keluarga	5
Gambar 1. 4 Pendapatan Perusahaan Aplikasi Spotify	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	38
Gambar 4. 1 Logo Aplikasi Spotify.....	54
Gambar 4. 2 Bagan nilai outer model pada smartPLS 4.0	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Aplikasi Spotify dengan Apple Musik	7
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan fakultas.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan program studi	57
Tabel 4.4 Analisis deskripsi variabel harga (X1)	59
Tabel 4.5 Analisis deskripsi variabel promosi (X2)	61
Tabel 4.6 Analisis deskripsi variabel loyalitas konsumen (Y)	64
Tabel 4.7 Analisis deskripsi variabel kepuasan konsumen (Z)	65
Tabel 4.8 Nilai outer loading.....	67
Tabel 4.9 Nilai Average variance extracted (AVE)	68
Tabel 4.10 Nilai cross loading.....	69
Tabel 4.11 Nilai composite reliability	70
Tabel 4.12 Nilai R-Square (R2)	71
Tabel 4.13 Nilai Path Coefficients	72
Tabel 4.14 Direct Effect	73
Tabel 4.15 Direct Effect	73
Tabel 4.16 Direct Effect	74
Tabel 4.17 Direct Effect	74
Tabel 4.18 Direct Effect	75
Tabel 4.19 Indirect Effect.....	75
Tabel 4.20 Indirect Effect.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	93
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	97
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden	103
Lampiran 4 Outer Loading.....	106
Lampiran 5 Composite Reliability dan Average Variance Extracted	106
Lampiran 6 Cross Loading.....	107
Lampiran 7 R-Square (R ²).....	107
Lampiran 8 Path Coefficients Direct Effect	107
Lampiran 9 Path Coefficients Indirect Effect	107
Lampiran 10 Letter of Acceptance (LOA) Jurnal	108
Lampiran 11 Skor Bukti Uji Plagiasi	109

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA APLIKASI SPOTIFY (STUDI MAHASISWA UPN “VETERAN” JAWA TIMUR)

Oktavia Pramasta Sari

**Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

Penelitian ini berisikan tentang pengaruh harga dan promosi terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen aplikasi Spotify khususnya pada mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari harga dan promosi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *software smartPLS 4.0*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Spotify pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur yang berjumlah 21.539 mahasiswa. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan melakukan pengumpulan data melalui penyebaran *google formulir*. Hasil analisis dalam penelitian ini adalah harga dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen aplikasi Spotify pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. Harga dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen aplikasi Spotify pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. Kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen aplikasi Spotify pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Loyalitas Konsumen, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE AND PROMOTION ON CONSUMER LOYALTY THROUGH CONSUMER SATISFACTION ON THE SPOTIFY APPLICATION (STUDY OF UPN "VETERAN" EAST JAVA STUDENTS)

Oktavia Pramasta Sari

*Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences
University of Pembangunan Nasional "Veteran" East Java*

This research contains the influence of prices and promotions on consumer loyalty through consumer satisfaction with the Spotify application, especially for students at the University of Pembangunan Nasional "Veteran" East Java. The purpose of this research is to determine the effect of price and promotion on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable. This type of research is quantitative research. The method used in this research is Partial Least Square (PLS) analysis using smartPLS 4.0 software. The population in this study were users of the Spotify application among UPN "Veteran" East Java students, totalling 21,539 students. The sample used was 100 respondents. The sampling technique uses a purposive sampling technique by collecting data through distributing Google forms. The results of the analysis in this research are that price and promotion have a positive and significant effect on consumer satisfaction with the Spotify application among UPN "Veteran" East Java students. Prices and promotions have a positive and significant effect on consumer loyalty for the Spotify application among UPN "Veteran" East Java students. Consumer satisfaction has no effect on consumer loyalty for the Spotify application among UPN "Veteran" East Java students.

Keywords: Price, Promotion, Consumer Loyalty, and Consumer Satisfaction