

**PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA  
APLIKASI LAYANAN *SPOTIFY PREMIUM* DI KOTA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**ANANDAH AMIRAH  
20012010142/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2024**

**PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA**

**APLIKASI LAYANAN *SPOTIFY PREMIUM* DI KOTA**

**SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Sudi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**ANANDAH AMIRAH  
20012010142/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2024**



**SKRIPSI**

**PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA  
APLIKASI LAYANAN *SPOTIFY PREMIUM* DI KOTA  
SURABAYA**


Disusun Oleh :

**ANANDAH AMIRAH**  
20012010142 / FEB/ EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 12 September 2024

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Pembimbing Utama**

  
**Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si**  
NIP. 196901132021212003

  
**Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W., M.M.**  
NIP. 196310091991032001

Mengetahui,  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

  
**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.**  
NIP. 196304201991032001

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anandah Amirah  
NPM : 20012010142  
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen  
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh *Perceived Price* dan *Perceived Usefulness* terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Layanan Spotify Premium di Kota Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 12 September 2024

Yang Menyatakan



(Anandah Amirah)  
20012010142



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur terucapkan atas kehadiran ALLAH SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Perceived Price* dan *Perceived Usefulness* terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Layanan *Spotify Premium* di Kota Surabaya”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan strata satu dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya doa, usaha, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak yang berkaitan. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Berikut pihak-pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

1. Allah SWT. yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
2. Bapak Prof. Dr.Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku dekan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku koordinator program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Ibu Dra.Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, waktu, tenaga, kritik, dan saran, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga selama masa perkuliahan baik secara daring maupun luring.
7. Seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan waktu dan tenaga dalam proses administrasi perkuliahan.
8. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan doa dan dukungan penuh agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar tanpa hambatan.
9. Enhyphen dengan konten dan karya musik terbaiknya, terutama Sunoo yang senantiasa telah menemani, menghibur, menyemangati, dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan yang selalu menyemangati penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
11. Diri sendiri dengan usaha dan rintangan yang telah dilewati serta selalu penuh percaya bahwa penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.

Semoga seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, dan arahan kepada penulis mendapat rahmat dan ridha dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat sedikit membantu dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya studi manajemen pemasaran.

Surabaya, 3 Juni 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAKS.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 <i>Marketing</i> .....	13
2.2.2 <i>Perceived Price</i> .....	15
2.2.3 <i>Perceived Usefulness</i> .....	18
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.3.1 Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.4 Kerangka Konseptual.....	27



2.5 Hipotesis.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	31
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.2 Sumber Data.....	34
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	35
3.4.1 Uji Validitas.....	35
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.5 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	36
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	36
3.5.2 Kegunaan PLS.....	37
3.5.3 Model Indikator Reflektif dan Formatif.....	38
3.5.4 Cara Kerja PLS.....	40
3.5.5 Langkah-langkah PLS.....	42
3.5.6 Asumsi PLS.....	51
3.5.7 Ukuran Sampel.....	51

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	52
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	54
4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Perceived Price</i> (X1).....	54
4.3.2 Deskripsi Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	57
4.3.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	59
4.4 Analisis Data.....	62
4.4.1 Hasil PLS SEM.....	62
4.4.2 Model Pengukuran (Outer Model).....	63
4.4.2.1 Uji Validitas.....	63
4.4.2.2 Uji Reliabilitas.....	65
4.4.3 Model Struktural (Inner Model).....	66
4.4.4 Uji Hipotesis (Pengaruh Langsung).....	68
4.5 Pembahasan.....	69
4.5.1 Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.5.1 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Global Tahun 2023.....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....</b>	<b>27</b>
<b>Gambar 3.1 Indikator Reflektif.....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 3.2 Indikator Formatif.....</b>	<b>40</b>
<b>Gambar 3.3 Diagram Jalur.....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 4.1 Diagram Jalur Hasil Output SmartPLS.....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan/Kerugian Bersih <i>Spotify</i> .....	5
Tabel 3.1 Skala Likert.....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai <i>Perceived Price (X1)</i> .	55
Tabel 4.3 Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai <i>Perceived Usefulness (X2)</i> .....	57
Tabel 4.4 Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	60
Tabel 4.5 <i>Outer Loading</i> .....	63
Tabel 4.6 Nilai AVE ( <i>Average Variance Extracted</i> ).....	64
Tabel 4.7 <i>Cross Loading</i> .....	65
Tabel 4.8 <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i> .....	66
Tabel 4.9 <i>R-Square</i> .....	66
Tabel 4.10 Uji Hipotesis berdasarkan <i>Path Coefficient</i> .....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	76
Lampiran 2 : Tabulasi Data.....	80
Lampiran 3 : Hasil Olah Data PLS.....	80

**PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA  
APLIKASI LAYANAN *SPOTIFY PREMIUM* DI KOTA  
SURABAYA**

Oleh :

**ANANDAH AMIRAH**  
**20012010142/FEB/EM**

**ABSTRAKS**

Gaya hidup masyarakat yang berubah akibat dari pengaruh perkembangan teknologi dan internet yang semakin memudahkan aktivitas secara daring. Kemunculan *Digital Music Streaming Service* sebagai penyelamat bagi perusahaan industri musik yang mengalami perubahan bentuk ke dalam digital. Masyarakat menggunakan aplikasi *streaming* musik dapat menikmati alunan musik kapan saja dan dimana saja melalui *smartphone* maupun *desktop* tanpa perlu membawa pemutar kaset atau radio seperti era sebelumnya.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *perceived price* dan *perceived usefulness* terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi layanan *spotify premium* di Kota Surabaya. Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang didapat sesuai dengan rumus Ghazali adalah 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan SEM-PLS dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *perceived price* berkontribusi terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi layanan *spotify premium* di Kota Surabaya. (2) *perceived usefulness* berkontribusi terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi layanan *spotify premium* di Kota Surabaya.

**Kata kunci : *Perceived Price, Perceived Usefulness, Keputusan Pembelian***