

**PENGARUH *PROMOTION MIX* DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN *SUBSCRIPTION* APLIKASI LAYANAN
*STREAMING PREMIUM MUSIK SPOTIFY***

SKRIPSI



Oleh :

RAKHA MAHENDRA ADANI

NPM. 1642010082

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *PROMOTION MIX* DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN *SUBSCRIPTION* APLIKASI LAYANAN
*STREAMING PREMIUM MUSIK SPOTIFY***

Disusun Oleh :

RAKHA MAHENDRA ADANI
NPM: 1642010082

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
DOSEN PEMBIMBING



Dr. Rusdi Hidayat N.M.Si
NIP. 196112241989031007

MENGETAHUI,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA
NIP. 195907011987031001

SKRIPSI

**PENGARUH *PROMOTION MIX* DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN *SUBSCRIPTION* APLIKASI LAYANAN
*STREAMING PREMIUM MUSIK SPOTIFY***

Disusun Oleh :

RAKHA MAHENDRA ADANI

NPM: 1642010082

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 26 Februari 2021

Menyetujui,

PEMBIMBING

Dr. Rusdi Hidayat N.M.Si
NIP. 196112241989031007

TIM PENGUJI

1. Ketua

Ir. Lisa Sulistyawati, MM
NIP. 195802231987032001

2. Sekretaris

Dr. Rusdi Hidayat N.M.Si
NIP. 196112241989031007

3. Anggota

Dra. Sonja Andarini, M.SI
NIP. 1965032619930920001

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA
NIP. 195907011987031001

ABSTRAK

Aplikasi yang sedang populer bagi individu yang memiliki hobi atau menggemari musik saat ini adalah aplikasi *streaming* music *Spotify*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui Pengaruh promotion mix dan citra merek secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Subscription Aplikasi Layanan Streaming Premium Musik *Spotify* secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survey. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang sudah pernah menggunakan dan mengunduh aplikasi music streaming *Spotify* dengan menggunakan teknik probability sampling. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis dalam penelitian ini dibuktikan bahwa: (1) *Promotion Mix* dan Citra Merek secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan; (2) *Promotion Mix* secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan; (3) Citra Merek secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : *Promotion Mix*, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

An application that is currently popular with individuals who have a hobby or like music at this time is the Spotify music streaming application. The purpose of this study was to determine the effect of promotion mix and brand image partially on the sales volume of the Spotify Music Premium Streaming Service Application Subscription partially or simultaneously.

This research is a quantitative study using a survey method. The sample in this study were 100 respondents who had used and downloaded the Spotify music streaming application using probability sampling techniques. Collecting data in this study is by distributing questionnaires. The analysis technique in this study uses multiple linear regression analysis.

The results of the analysis in this study prove that: (1) Promotion Mix and Brand Image simultaneously affect Sales Volume; (2) Promotion Mix partially affects Sales Volume; (3) Brand Image partially affects Sales Volume.

Keywords : Promotion Mix, Brand Image, Sales Volume

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya kepada kita semua sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya. Walaupun hasilnya masih jauh dariapa yang menjadi harapan pembimbing. Namun sebagai awal pembelajaran dan agar menambah spririt dalam mencari pengetahuan yang luas kelak dilapangan, bukan sebuah kesalahan jika kami mengucapkan kata syukur. Penyusunan skripsi dilaksanakan untuk memenuhi tugas akhir. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bapak **Dr. Rusdi Hidayat N,M.Si** selaku dosen pembimbing yang dengan perhatian dan kesabaran meluangkan waktu untuk penulis.

Penulis memahami tanpa bantuan, doa, dan bimbingan dari pembimbing akan sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si., selaku koordinator program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang tua sebagai pendukung dan motivator pengerjaan skeipsi.
5. Rekan – rekan mahasiswa program studi Ilmu Administrasi Bisnis yang memberikan semangat dan motivasi dalam pengerjaan skripsi.
6. Rekan – rekan Warkop Surya yang senantiasa membantu secara non – teknis dan motivasi dalam pengerjaan skripsi.
7. Semua pihak yang telah membantu baik selama pengerjaan skripsi ini.

Tanpa bimbingan dari pembimbing mungkin penulis tidak akan dapat menyelesaikan tugas ini sesuai dengan format yang sudah ditetapkan. penulis

menyadari , dalam makalah ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Hal ini disebabkan terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki Maka dari itu, perlu adanya kritik dan saran dari pihak pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca atau bahkan khalayak umum.

Surabaya, Februari 2021

Penulis

2.2.3.1	Definisi Citra Merek	20
2.2.3.2	Faktor – faktor yang mempengaruhi Citra Merek	21
2.2.3.3	Indikator Citra Merek.....	22
2.2.4	Kepuasan Pelanggan	23
2.2.4.1	Definisi Kepuasan Pelanggan	23
2.2.4.2	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	25
2.3	Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1	Hubungan Promotion Mix terhadap Volume Penjualan	26
2.3.2	Hubungan Citra Merek terhadap Volume Penjualan	27
2.4	Kerangka Penelitian.....	27
2.5	Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Klasifikasi Variabel Penelitian	30
3.1.1	Variabel Terikat	30
3.1.2	Variabel Bebas	30
3.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
3.3	Jenis Penelitian	34
3.4	Objek dan Waktu Penelitian	35
3.4.1	Objek Penelitian	35
3.4.2	Waktu Penelitian.....	35
3.5	Populasi dan Sampel	35
3.6	Jenis dan Sumber Data Penelitian	37
3.6.1	Jenis Data	37
3.6.2	Sumber Data	37
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.8	Pengukuran Variabel Penelitian.....	38
3.9	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	40

3.9.1	Uji Validitas	40
3.9.2	Uji Reliabilitas	41
3.10	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.10.1	Uji Normalitas	41
3.10.2	Uji Multikolinearitas	41
3.10.3	Uji Heterokedastisitas	42
3.10.4	Uji Autokorelasi	43
3.11	Metode Analisis Data	43
3.11.1	Analisis Deskriptif Variabel	43
3.11.2	Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.11.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	45
3.12	Uji Hipotesis	45
3.12.1	Uji Statistik F	46
3.12.2	Uji Statistik t	46

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Analisis Data	48
4.1.1	Karakteristik Responden.....	48
4.1.2	Analisis Deskriptif Jawaban Responden	52
4.1.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
	4.1.3.1 Uji Validitas	56
	4.1.3.2 Uji Reliabilitas	57
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	58
4.1.5	Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.1.6	Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.1.7	Pengujian Hipotesis	62
4.2	Pembahasan	64
4.2.1	Pengaruh <i>Promotion Mix</i> dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	64
4.2.2	Pengaruh <i>Promotion Mix</i> terhadap Volume Penjualan	65

4.2.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Volume Penjualan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		70

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	31
-----------	-------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	28
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Penelitian
Lampiran 3	Statistik Deskriptif
Lampiran 4	Uji Validitas
Lampiran 5	Uji Reliabilitas
Lampiran 6	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 7	Analisis Regresi Linier Berganda