

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut B.J. Habibi ada delapan wahana transformasi yang menjadi prioritas pengembangan teknologi terutama teknologi industri, yaitu: pesawat terbang, maritim, perkapalan, alat transportasi, energi, rekayasa, serta elektronika dan komunikasi. Berbicara soal pengembangan elektronika dan komunikasi . Dengan adanya kemajuan jaringan multinasional serta pengembangan elektronika dan komunikasi membuat manusia semakin cepat dalam mengakses informasi di kehidupan sehari-hari dan mengetahui peristiwa yang sedang terjadi di daerah lain atau bahkan di belahan bumi yang lain.

Setiap inovasi yang diciptakan tak lain dan tak bukan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia yang demikian itupun juga dirasakan oleh para pengembang dalam bisnis elektronika dan komunikasi. Tentunya tidak asing dengan nama-nama seperti Bill Gates, Daniel Ek, dan Jawed Karim yang ketiganya kini masuk dalam kategori orang terkaya di muka bumi. Pundi-pundi uang yang mereka hasilkan tidak luput dari aplikasi yang mereka ciptakan sebagai contoh Daniel Ek sebagai *founder* Spotify yang menurut majalah forbes berhasil kini memiliki kekayaan bersih setara Rp. 68 Triliun sementara Spotify sendiri asetnya bernilai Rp. 784 Triliun. Hal ini menjadikan Spotify sebagai Perusahaan paling bernilai ke- 263 di dunia berdasarkan kapitalisasi pasar. Sebagai pembanding aplikasi yang serupa yaitu Youtube Music sebagai anak perusahaan dari Youtube yang menurut laporan keuangan Alphabet di taksir

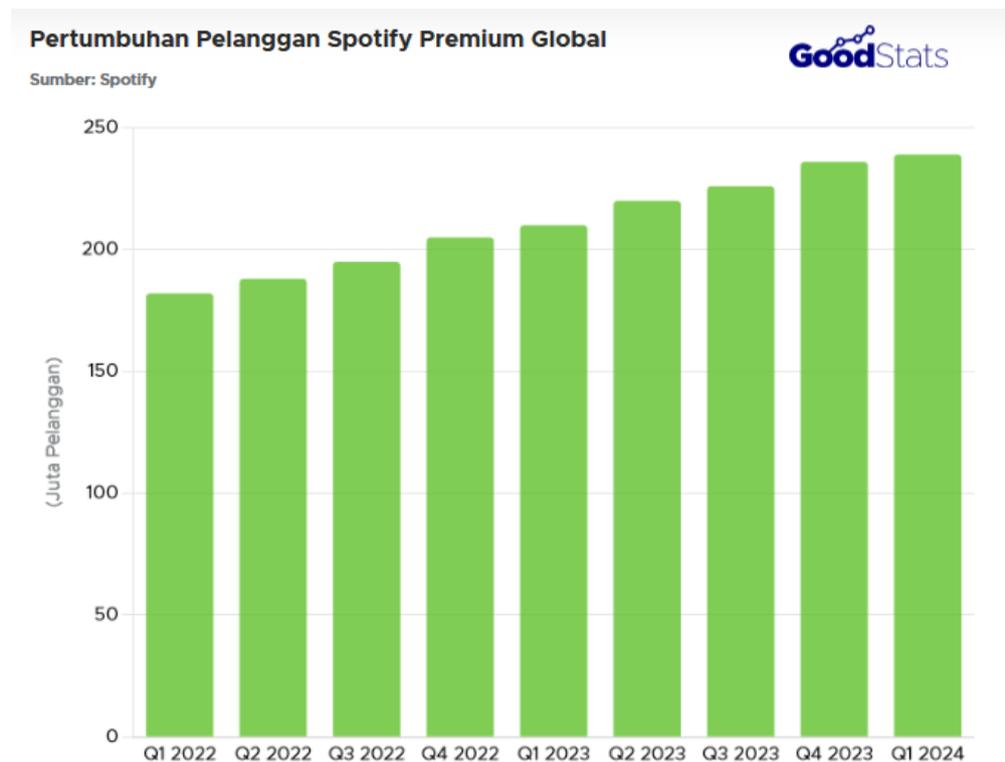
nilai sahamnya mencapai Rp 931 Triliun . Dengan adanya kedua aplikasi tersebut menciptakan perubahan yang besar pada sektor industri musik di dunia.

Berbicara mengenai industri musik, dimulai dari era music konvensional yang didominasi oleh media fisik seperti *cassette*, piringan hitam, dan dvd yang di distribusikan secara eksklusif melalui toko musik. Label rekaman hanya mendapatkan keuntungan dari penjualan media fisik melalui penjualan *album* ataupun *single* dari tiap artis yang mereka miliki. Seiring berkembangnya internet pada akhir 1990-an digitalisasi telah secara langsung mengubah cara kerja industry musik, dimulai dengan adanya Napster yaitu penyedia musik secara digital melalui *peer-to-peer sharing* yang dimana satu komputer mengirimkan file musik ke komputer yang lain secara gratis. Hadirnya aplikasi Napster menjadi ancaman oleh label rekaman dikarenakan permasalahan hak cipta dan distribusi illegal dikarenakan potensi pembajakan karya musik yang tinggi dan Napster akhirnya di hentikan. Pada tahun awal 2000-an telah terjadi peralihan industri musik ke arah unduhan digital secara legal yang di luncurkan oleh iTunes pada tahun 2001. Bisnis model yang dilakukan oleh iTunes adalah konsumen membeli dan mengunduh album ataupun *single* secara digital yang mempermudah konsumen mengakses musik tersebut.

Perubahan industri musik telah terjadi semenjak munculnya penyedia layanan musik *streaming*, salah satunya yaitu muncul Spotify pada tahun 2008 yang menyediakan layanan berlangganan untuk mengakses musik dari artis-artis secara legal dan dapat di akses dengan mudah melalui internet. Spotify

sendiri mengalami peningkatan pelanggan, hal ini didukung dengan meningkatnya jumlah pelanggan dari tahun ke tahun.

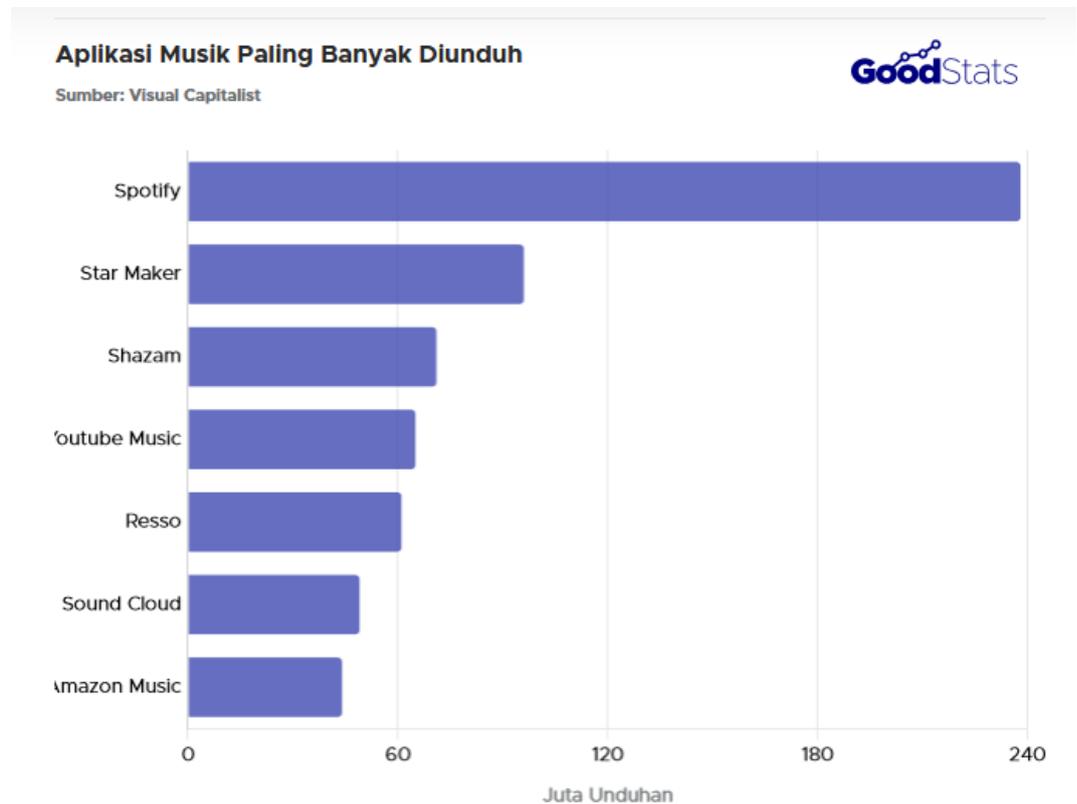
Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pelanggan Spotify Premium Global



Sumber : data.goodstats.id diakses 1 oktober 2024

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pertumbuhan pelanggan spotify premium secara global semakin meningkat, dimulai dari tahun 2022 sejumlah 205 Juta pengguna pada kuartal 4 sampai pada tahun 2024 sebanyak 239 juta pengguna. Spotify juga menduduki peringkat pertama sebagai aplikasi musik yang paling banyak di unduh pada tahun 2022.

Gambar 1. 2 Aplikasi Musik Paling Banyak Diunduh



Sumber : data.goodstats.id diakses 1 oktober 2024

Spotify menempati peringkat pertama dalam aplikasi musik yang paling banyak diunduh dengan total jumlah unduhan sebanyak 238 juta yang dibandingkan dengan Youtube Music hanya 65 juta. Dengan data tersebut menandakan bahwa banyak yang sudah menggunakan aplikasi untuk mendengarkan musik dikarenakan kemudahan, dan aksesibilitas penggunaannya.

Dengan adanya Spotify dan Youtube Music menjadikan tren baru yang terjadi di Masyarakat yang di pengaruhi oleh internet yang semakin berkembang dengan pesat. Perubahan kebiasaan mendengarkan music yang awalnya membutuhkan dvd menjadi hanya lewat smartphone yang dapat diakses secara

online, perubahan kebiasaan tersebut menciptakan model bisnis music baru yaitu berlangganan kepada platform penyedia layanan musik.

Layanan yang *spotify* dan *youtube music* tawarkan adalah bisa mendengarkan gratis dan berlangganan berbayar, keduanya memiliki fasilitas yang berbeda, berikut fasilitas yang ditawarkan oleh Spotify dan Youtube Music

Tabel 1. 1 Layanan Spotify Premium dan Spotify Gratis

Layanan	Spotify Premium	Spotify Gratis
Mendengarkan Musik Bebas Iklan	✓	X
Download Offline	✓	X
Bebas Pilih Lagu	✓	X
Kualitas Audio Tinggi	✓	X
Mendengarkan Bersama teman secara real-time	✓	X
Mengatur antrean lagu	✓	X

Sumber : spotify.com diakses 1 Oktober 2024

Berdasarkan tabel diatas Spotify memiliki dua opsi untuk penggunaanya, yaitu langganan berbayar dan langganan gratis yang mana tiap opsi memiliki layanan yang berbeda. Spotify memiliki paket berbayar yaitu Spotify mini yang berdurasi selama 7 hari, Spotify premium yang berdurasi selama 30 hari, dan Spotify Family yang berdurasi selama 30 hari untuk 5 akun. Pada layanan spotify

gratis fitur yang didapatkan hanyalah mendengarkan musik dengan diawali dengan iklan dan hanya bisa melewati lagu 6 kali setiap jam. Adapun Youtube Music adalah sebagai berikut

Tabel 1. 2 Layanan Youtube Music Premium dan Youtube Music Gratis

Layanan	Youtube Music Premium	Youtube Music Gratis
Bebas Iklan	✓	X
Kualitas Audio Tinggi	✓	X
Kebebasan Memilih Lagu	✓	✓
Unduh Lagu	✓	X
Shuffle Play	✓	X
Membuat Playlist	✓	✓
Mendengarkan dengan Minimize	✓	X

Sumber : music.youtube.com diakses pada 1 Oktober 2024

Dari tabel diatas Youtube Music memiliki layanan baik bagi pengguna berbayar maupun gratis. Youtube Music memberi Penawar kepada calon penggunanya berupa paket Individual yang berdurasi 30 Hari, Family yang dapat diakses hingga 5 akun selama 30 Hari, dan paket pelajar (student) selama 30 hari dengan harga yang lebih murah dari Individual. (music.youtube.com).

Spotify dan Youtube Music merupakan platform yang mendominasi pasar layanan streaming musik, keduanya saling bersaing dalam mendapatkan konsumen dengan berbagai strategi pemasaran. Keduanya menawarkan langganan premium dengan harga yang bersaing, fitur-fitur khusus, dan menggunakan media iklan yang menarik. Salah satu pemasaran yang dilakukan oleh spotify adalah melakukan promo khusus pada pengguna pertama dan youtube music menyediakan coba gratis selama satu bulan bagi calon pelanggan. Selain itu harga yang ditawarkan bersaing, Spotify mulai dari harga Rp 10.700 untuk 7 hari sedangkan Youtube Music dimulai dengan Rp 54.990 untuk 30 hari.

Fitur yang ditawarkan oleh kedua platform tersebut memiliki perbedaan yang cukup besar yaitu, yang pertama Spotify menyediakan lagu, album dan podcast yang diupload oleh pencipta karya tersebut secara langsung sedangkan Youtube Music memiliki keunggulan yaitu tidak hanya menyediakan lagu asli dari artist tetapi juga menyediakan cover dan remix yang diunggah oleh pengguna youtube. Kedua Spotify dikenal dengan algoritma personalisasi yang kuat dan juga menawarkan *daily mix*, *discover weekly* dan *release Radar* yang memberikan rekomendasi sesuai dengan kebiasaan pengguna, sedangkan pada Youtube Music terintegrasi dengan algoritma youtube sesuai dengan Riwayat penelusuran dan kebiasaan tontonan pengguna Youtube. Ketiga, kualitas yang ditawarkan pada spotify yaitu 256 kbps (AAC) yang lebih rendah dari spotify yaitu hingga 320 kbps (*Ogg Vorbis*). Keempat, yaitu pada saat pembelian Youtube Music, sudah termasuk Youtube Premium yang dapat mengakses video youtube video tanpa iklan,

sendangkan spotify hanya untuk berlangganan spotify, hal ini yang banyak di pertimbangkan oleh pelanggan pada saat memilih Youtube Music atau Spotify.

Penelitian ini menganalisis pengaruh pengalaman pengguna, harga dan demografi umur pengguna dalam minat beli ulang konsumen spotify dan youtube music.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah *customer experience*, harga, dan demografi umur secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen pada spotify dan youtube music?
2. Apakah *customer experience* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen pada spotify dan youtube music?
3. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen pada spotify dan youtube music?
4. Apakah demografi umur secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen pada spotify dan youtube music

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer experience*, harga dan demografi umur terhadap minat beli ulang konsumen Spotify dan Youtube Music
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer experience* Spotify dan Youtube Music terhadap minat beli ulang konsumen.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga berlangganan spotify dan youtube music terhadap minat beli ulang konsumen
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh demografi umur spotify dan youtube music terhadap minat beli ulang konsumen

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang dapat diperoleh dari penelitian ini ketika tujuan penelitian tercapai adalah penelitian ini digunakan untuk menguji teori yang telah ada sebelumnya, dimana berasal dari jurnal acuan. Teori tersebut adalah pengaruh *customer experience*, harga, dan demografi umur terhadap minat beli ulang konsumen spotify dan youtube music.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini menambah wawasan tentang Pemasaran, yaitu bagaimana pengaruh dari *customer experience*, harga dan demografi umur terhadap minat beli ulang konsumen spotify dan youtube music.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini digunakan untuk memberikan informasi tentang pemasaran. Informasi ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan agar pelanggan melakukan pembelian ulang terhadap produk mereka.

3. Bagi Pihak Lain

Penulis berharap penelitian ini bisa menjadi referensi atau ide bagi pembaca sehingga dapat menambah wawasan pengetahuan bagi mahasiswa, dan tenaga pendidik untuk penelitian yang serupa.