

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, HARGA, DAN DEMOGRAFI
UMUR TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN SPOTIFY DAN
YOUTUBE MUSIC**

SKRIPSI



Oleh :

Mohamad Zahrain Adjie
NPM. 21042010118

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, HARGA DAN DEMOGRAFI
UMUR TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN SPOTIFY DAN
YOUTUBE MUSIC

Disusun oleh:

MOHAMAD ZAHRAIN ADJIE
NPM. 21042010118

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si.
NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, HARGA, DAN DEMOGRAFI
UMUR TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN SPOTIFY DAN
YOUTUBE MUSIC

Disusun Oleh:

MOHAMAD ZAHRAIN ADJIE

21042010118

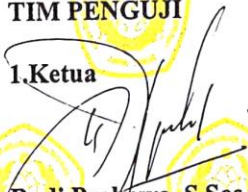
Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 19 Mei 2025

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si.
NIP. 196112241989031007


Budi Prabowo, S.Sos. M.M
NIP. 196210161988031001

2. Sekretaris


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

3. Anggota


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si
NIP. 196112241989031007

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NPT. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mohamad Zahrain Adjie
NPM : 21042010118
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 23 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



Mohamad Zahrain Adjie
NPM. 21042010118

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena Rahmat-Nya penulis bisa dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Experience*, Harga dan Demografi Umur Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Spotify dan Youtube Music)”. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan Bapak Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan perhatian serta kesabaran kepada penulis. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini antara lain :

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. Seluruh Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan semangat serta nasihat baik secara finansial maupun pemikiran dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah memberikan doa dan dukungan

Dengan penuh kesadaran, penulis mengakui masih terdapat berbagai ketidaksempurnaan dalam skripsi ini. Untuk itu, penulis dengan tulus membuka diri untuk menerima masukan, saran, dan kritik yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan skripsi ini. Sebagai penutup, penulis berharap skripsi ini dapat memenuhi tujuan yang diharapkan, serta dapat dikembangkan menjadi karya tulis skripsi yang lebih baik di kemudian hari dan memberikan kebermanfaatan bagi masyarakat luas.

Surabaya, 5 Mei 2025

Mohamad Zahrain Adjie

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Pemasaran Digital.....	14
2.2.1 Pengertian Pemasaran Digital	14
2.2.2 Indikator Pemasaran Digital	14
2.3 <i>Customer Experience</i>	15
2.3.1 Pengertian <i>Customer Experience</i>	15
2.3.2 Elemen <i>Customer Experience</i>	17
2.3.3 <i>Customer Experience Management</i>	18
2.4 Harga	20
2.4.1 Pengertian Harga.....	20
2.4.2 Strategi Penetapan Harga	20
2.5 Faktor Demografi	22
2.5.1 Pengertian Faktor Demografi.....	22
2.6 Minat Beli Ulang	23
2.6.1 Pengertian Minat Beli Ulang	23

2.6.2 Faktor – Faktor Minat Beli Ulang.....	24
2.7 Kerangka Berpikir	25
2.8 Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.2.1 Definisi Operasional	27
3.2.2 Pengukuran Variabel	31
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel	32
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	33
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	33
3.4.1 Jenis Data.....	33
3.4.2 Sumber Data	33
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	35
3.5.1 Uji Validitas	35
3.5.2 Uji Reliabilitas	36
3.6 Uji Asumsi Klasik	37
3.6.1 Uji Normalitas.....	37
3.6.2 Uji Multikolinearitas.....	38
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	38
3.6.4 Uji Autokorelasi.....	38
3.7 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.8 Koefisien Determinasi	40
3.9 Uji Hipotesis.....	40
3.9.1 Uji f.....	40
3.9.2 Uji T	42
3.10 Jadwal Penelitian	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	45

4.1.1 Sejarah Spotify dan Youtube Music.....	45
4.1.2 Visi dan Misi.....	48
4.1.3 Struktur Organisasi	49
4.2 Penyajian Data.....	49
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	49
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	52
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis	63
4.3.1 Uji Instrumen Data.....	63
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.3.4 Uji Hipotesis	73
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
4.4.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> , Harga Dan Demografi Umur Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Spotify dan Youtube Music	79
4.4.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Spotify dan Youtube Music.....	80
4.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Spotify dan Youtube Music	81
4.4.4 Pengaruh Demografi Umur terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Spotify dan Youtube Music.....	82
4.5 Matriks Hasil Penelitian	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Layanan Spotify Premium dan Spotify Gratis.....	5
Tabel 1. 2 Layanan Youtube Music Premium dan Youtube Music Gratis	6
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	31
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Usia	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Platform Streaming Musik Yang Digunakan	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi.....	52
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Customer Experience (X1)	53
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Harga (X2)	55
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Demografi Umur (X3).....	58
Tabel 4. 7 Tabel Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang	61
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Auto Korelasi	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	74
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (Uji T)	75
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi (R ²).....	78
Tabel 4. 17 Matriks Penelitian	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pelanggan Spotify Premium Global	3
Gambar 1. 2 Aplikasi Musik Paling Banyak Diunduh	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	25
Gambar 4. 1 Logo Aplikasi Spotify	48
Gambar 4. 2 Logo Aplikasi Youtube Music	48
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Spotify.....	49
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas.....	66
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	68
Gambar 4. 6 Hasil Kurva Uji F (Simultan)	74
Gambar 4. 7 Hasil Kurva H2 Uji t (Parsial).....	76
Gambar 4. 8 Hasil Kurva H3 Uji t (Parsial).....	77
Gambar 4. 9 Hasil Kurva H4 Uji t (Parsial).....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 2 Hasil Olah Data.....	98

ABSTRAK

Mohamad Zahrain Adjie , 21042010118, Pengaruh *Customer Experience*, Harga, dan Demografi Umur terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Spotify dan Youtube Music.

Penelitian yang dilakukan memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh *customer experience*, harga, dan demografi umur terhadap minat beli ulang platform streaming musik spotify dan youtube music. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik analisis data menggunakan analisis linier berganda. Sampel yang digunakan sebanyak 215 responden melalui google form dengan metode non-probability sampling. Hasil penelitian yang diperoleh, secara simultan *customer experience*, harga, dan demografi umur berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat beli ulang konsumen spotify dan youtube music. Secara parsial masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Dari penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa konsumen mempertimbangkan pengalaman yang didapatkan, keterjangkauan harga, dan relevansi selera musik sesuai dengan umur pengguna dalam pembelian ulang langganan aplikasi layanan streaming musik.

Kata Kunci : *Customer Experience*, Harga, Demografi Umur, Minat Beli Ulang, Musik, Spotify, Youtube Music.

ABSTRACT

Mohamad Zahrain Adjie, 21042010118, The Influence of Customer Experience, Price, and Age Demographics on Consumers' Repurchase Intention for Spotify and YouTube Music.

This study aims to analyze the influence of customer experience, price, and age demographics on the repurchase intention of music streaming platforms, Spotify and YouTube Music. The research employs a quantitative method with an associative approach. Data analysis is conducted using multiple linear regression analysis. The sample consists of 215 respondents collected through Google Forms using a non-probability sampling method. The results indicate that customer experience, price, and age demographics simultaneously have a significant and positive effect on consumers' repurchase intention for Spotify and YouTube Music. Partially, each variable also has a significant and positive influence on repurchase intention. This study reveals that consumers consider the experience they receive, price affordability, and the relevance of music preferences based on age when deciding to renew their subscription to music streaming services.

Keywords : Customer Experience, Price, Age Demographic, Repurchase Intention, Music, Spotify, Youtube Music