

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
SPOTIFY PREMIUM DI KOTA SURABAYA DENGAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI



OLEH:

LAKSAMANA ADITYA HANIF RABBANI
22014010007/FEB/EK

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

2026

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
SPOTIFY PREMIUM DI KOTA SURABAYA DENGAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Kewirausahaan
Program Studi Kewirausahaan**



OLEH:

LAKSAMANA ADITYA HANIF RABBANI
22014010007/FEB/EK

PROGRAM STUDI EKONOMI KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2026

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
SPOTIFY PREMIUM DI KOTA SURABAYA DENGAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Disusun Oleh

LAKSAMANA ADITYA HANIF RABBANI
22014010007/FEB/EK

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 25 Mei 2026**

Pembimbing Utama



Egan Evanzha Yudha Amriel, S.MN., M.M.
NIP. 198410132019032010

**Tim Penguji
Ketua**



Devinta Nur Arumsari, S.E., M.E.
NIP. 21219920410357
Anggota



Muhammad Ahmi Husein S.SI, M. Sc
NIP. 211199011113355

**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 BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Laksamana Aditya Hanif Rabbani
NPM : 22014010007
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Kewirausahaan
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen hasil karya penulisan 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 ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi 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, 02 Juni 2026

Yang Membuat pernyataan



Laksamana Aditya Hanif Rabbani
22014010007

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur terpanjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat taufik dan hidayah-Nya kepada hamba-hamba-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam yang selalu senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat – syarat untuk penyelesaian program studai pendidikan strata satu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program studi Kewirausahaan, Universitas Pembangunan nasional “Veteran” Jawa Timur dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI SPOTIFY PREMIUM DI KOTA SURABAYA DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan skripsi ini. Pihak-pihak yang terkait tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Ir Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M. Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Hesty Prima Rini, SE, M.M selaku Koordinator Program Studi Kewirausahaan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Egan Evanzha Yudha Amriel S., MN, MM selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang terbaik dalam proses penyusunan skripsi ini, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Seluruh staff dosen dan pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur serta Program Studi Kewirausahaan yang telah memberikan ilmu bermanfaat.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sugeng Irwanto dan Ibu Rachmasari yang sangat berjasa di hidup saya. Terima kasih telah memberikan banyak doa, dukungan, motivasi, serta kasih sayang kepada penulis.
7. Adik laki-laki saya, Hafizh Falah Mahesa Taruna yang telah menjadi salah satu motivasi dan semangat untuk penulis hingga studi nya selesai.
8. Teman-teman Anak Lanang yang menjadi ruang bertukar pikiran, bersenda gurau dan keluh kesah untuk penulis.
9. Anisa Tri Sulistyono yang telah menjadi sosok istimewa penulis, menemani meluangkan waktu, mendukung ataupun menghibur dan memberi semangat untuk terus maju tanpa kenal menyerah dalam segala hal.
10. Kedua teman penulis, Ilham dan Amanda yang telah menjadi tempat berkeluh kesah bersama, saling mengingatkan, dan menemani dalam proses penyelesaian skripsi.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis tulis satu per satu yang telah banyak membantu selama penulisan penelitian ini.

Penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan dalam berpikir untuk lebih maju dan bermanfaat bagi yang berkepentingan. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna sehingga mengarapkan kritik dan saran yang membangun sehingga berguna bagi penyusunan untuk menyempurnakan penulisan penelitian ini.

Surabaya, 02 Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II	13
TINJAUAN TEORI	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2.1 Harga.....	18
2.2.3 Promosi	22
2.2.4 Minat Beli	25
2.3 Hubungan Antar Variabel	27
2.3.1 Hubungan Harga terhadap Minat Beli Spotify Premium.....	27
2.5 Hipotesis	33
BAB III	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.1.1 Variabel Independen	37
3.1.2 Variabel Dependen	42
3.1.3 Variabel Moderasi.....	43
3.2 Teknik penentuan sampel	47
3.2.1 Populasi.....	47
3.2.2 Sampel	47
3.3 Teknik pengumpulan data	49

3.4 Teknik Pengujian Instrument	49
3.4.1 Uji Validitas	49
3.4.2 Uji Reabilitas	50
3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis	50
3.5.1 Metode Analisis Data	50
3.5.2 Kegunaan Metode PLS.....	51
3.5.3 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	51
3.5.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	53
3.5.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	54
3.5.6 Uji Hipotesis.....	54
BAB IV	57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	57
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan	57
4.1.2 Visi Misi Spotify.....	58
4.1.3 Layanan Spotify	58
4.2 Analisis Deskripsi Karakteristik Responden	58
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	61
4.3.1 Deskripsi Variabel Harga (X1)	62
4.3.2 Deskripsi Variabel Promosi (X2)	64
4.3.3 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y).....	67
4.3.4 Deskripsi Variabel Kepercayaan Konsumen (Z)	69
4.4 Analisis Data	72
4.4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Loading</i>).....	72
4.4.2 Model Struktural (<i>Inner Models</i>).....	78
4.4.3 Uji Hipotesis	81
4.5 Pembahasan	84
4.5.1 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	84
4.5.2 Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli	85
4.5.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli	86
4.5.5 Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Moderasi.....	88

BAB V	90
KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan.....	90
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4. 3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Harga (X1).....	62
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Mengenai Promosi (X2)	64
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Minat Beli (Y)...	67
Tabel 4. 6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepercayaan Konsumen (Z).....	70
Tabel 4. 7 Outer Loading.....	72
Tabel 4. 8 Construct Reliability dan Validty.....	74
Tabel 4. 9 Latent Variable Correlations	76
Tabel 4. 10 R Square	78
Tabel 4. 11 Uji Kausalitas (Inner Weight).....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Aktivitas Media Sosial Indonesia	2
Gambar 1. 3 Q4 Spotify	3
Gambar 1. 4 Grafik Pendapatan Spotify	4
Gambar 1. 5 Q4 Spotify	5
Gambar 1. 7 Pengguna Spotify Indonesia	9
Gambar 1. 6 Populasi Pengguna Spotify	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	33
Gambar 4. 1 Diagram Jalur Hasil Output SEM PLS.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	102
Lampiran 2: Tabulasi Data	110
Lampiran 3: Hasil Olah Data SEM PLS	116

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI SPOTIFY PREMIUM DI KOTA SURABAYA DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

OLEH:

LAKSAMANA ADITYA HANIF RABBANI
22014010007/FEB/EK

Penelitian ini menganalisis pengaruh harga dan promosi terhadap minat beli Spotify Premium di Kota Surabaya dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel moderasi. Latar belakang penelitian didasarkan pada tingginya konsumsi hiburan digital, kuatnya penggunaan layanan streaming musik, serta dominasi pengguna layanan gratis dibandingkan pelanggan berbayar. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan teknik purposive sampling. Data diperoleh melalui kuesioner skala Likert kepada 97 responden yang mengetahui atau pernah memperoleh informasi penawaran Spotify Premium di Surabaya. Analisis dilakukan menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Promosi juga berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi prediktor langsung paling kuat dalam model. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap minat beli. Selain itu, kepercayaan konsumen tidak terbukti memoderasi pengaruh harga maupun promosi terhadap minat beli. Temuan ini menunjukkan bahwa minat berlangganan Spotify Premium di Surabaya terutama dibentuk oleh kesesuaian harga dan daya tarik promosi, bukan oleh kepercayaan konsumen sebagai mekanisme penguat hubungan antarvariabel.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Minat Beli, Spotify Premium