

HALAMAN MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

-Q.S AL Baqarah: 286

“It will pass, everything you’ve gone through it will pass”

-Rachel Vennya



HALAMAN PERSEMBAHAN

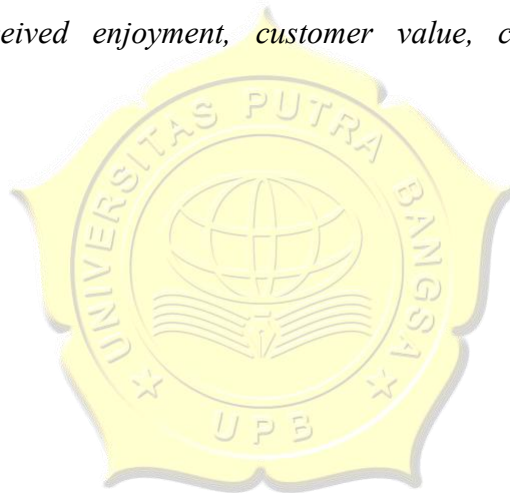
Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini, maka penulis mempersembahkan sebagai tanda trima kasih kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Mujiono dan Ibu Sri Puji Rahayu sebagai wujud jawaban dan tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepadaku serta atas cinta dan kasih sayang, kesabaran yang tulus membesarkan, merawat dan memberikan dukungan moral dan material serta selalu mendoakan dan memberikan semangat.
2. Rasa hormat dan kasih sayang kepada almarhum Kakek, Bapak H. Basiran Januri Atmo Pawiro, telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi. Semangat dan kebijaksanaan beliau selalu menjadi pendorong kuat dalam setiap langkah saya.
3. Yang tersayang Kakak saya Endah Lestari S.E dan Adik saya Nizam Saputra dan Nur Laelatul Barokah yang selalu memberikan semangat dan doa selama ini sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Yang tersayang saudara dan keluarga besar yang telah mendoakan dan memberikan support dan dukungannya baik secara moral maupun material.
5. Terima kasih untuk teman-teman saya yang telah memberikan dukungan, doa dan kerjasamanya untuk berjuang sejauh ini.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kenikmatan dan nilai pelanggan terhadap minat beli ulang Spotify Premium melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk Kabupaten Kebumen yang telah membeli layanan Spotify Premium minimal dua kali dalam kurun waktu tiga bulan terakhir. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (path analysis) dengan SPSS 22 dan uji Sobel. Penelitian ini menggunakan *Expectation Confirmation Model* (ECM) dengan menambahkan variabel nilai pelanggan dan persepsi kenikmatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kenikmatan dan nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, persepsi kenikmatan, nilai pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Selain itu, kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh persepsi kenikmatan dan nilai pelanggan.

Kata Kunci: *perceived enjoyment, customer value, customer satisfaction, repurces intentiont.*



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of perceived enjoyment and customer value on repurchase intention for Spotify Premium through customer satisfaction as a mediating variable. This study's population consists of Kebumen Regency residents who have purchased Spotify Premium services at least twice within the last three months. The sample for this research is 100 people. The method used in this study is quantitative. Data analysis was conducted using path analysis with SPSS 24 and the Sobel test. This research employs the Expectation Confirmation Model (ECM) by adding customer value and perceived enjoyment variables. The results indicate that perceived enjoyment and customer value significantly affect customer satisfaction. Furthermore, perceived enjoyment, customer value, and customer satisfaction significantly influence repurchase intention. Additionally, customer satisfaction can mediate the effects of perceived enjoyment and customer value.

Keywords: *perceived enjoyment, customer value, customer satisfaction, repurchase intention*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Enjoyment* Dan *Customer Value* Terhadap *Repurchase Intention* Spotify Premium Melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi” (Studi Pada Pengguna Aplikasi Spotify Premium Kabupaten Kebumen). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat pada bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literature. Namun penulis sadar bahwa dalam penulisan ini tentu masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua karena masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan fisik, memberikan bantuan tenaga, bantuan pikiran, bantuan motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M selaku ketua Program Studi Manajemen

Universitas Putra Bangsa Kebumen.

3. Seluruh dosen, karyawan, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Mujiono dan Ibu Sri Puji Rahayu sebagai wujud jawaban dan tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepadaku serta atas cinta dan kasih sayang, kesabaran yang tulus membesarkan, merawat dan memberikan dukungan moral dan material serta selalu mendoakan dan memberikan semangat.
5. Bapak Kabul Trifiyanto, S.E.,M.B.A. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dalam membimbing saya dan meluangkan waktunya untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
6. Yang tersayang Kakak saya Endah Lestari S.E dan Adik saya Nizam Saputra serta Nur Laelatul Barokah yang selalu memberikan semangat dan doa selama ini sehingga terselesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih untuk teman-teman saya yang telah memberikan dukungan, doa dan kerjasamanya untuk berjuang sejauh ini.
8. Semua responden yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk data yang sangat diperlukan untuk keberlangsungan penulisan skripsi.

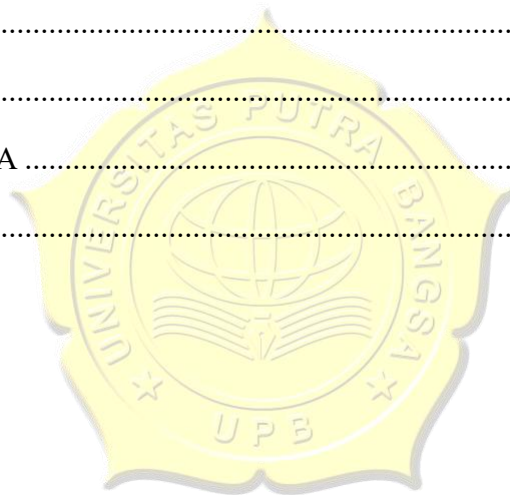
Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Batasan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori	17
2.1.1. <i>Expectation-Confirmation Model (ECM)</i>	17

2.1.2. <i>Repurchase Intention</i>	21
2.1.3. <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.1.4. <i>Perceived Enjoyment</i>	26
2.1.5. <i>Customer Value</i>	30
2.2. Penelitian Terdahulu	35
2.3. Hubungan Antar Variabel	58
2.4. Model Empiris	64
2.5. Hipotesis	64
BAB III METODE PENELITIAN	66
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	66
3.1.1. Objek Penelitian	66
3.1.2. Subjek Penelitian	66
3.2. Variabel Penelitian	66
3.3. Definisi Operasional Variabel	67
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	71
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	72
3.6. Populasi dan Sampel	74
3.7. Teknik Analisis	77
3.7.1. Analisis Deskriptif	77
3.7.2. Analisis Statistik	78
3.8. Alat Analisa Data	78
3.8.1. Uji Validitas dan Reabilitas	78
3.8.2. Uji Asumsi Klasik	80
3.8.3. Uji Hipotesis	82
3.8.4. Analisis Korelasi	85

3.8.5. Analisis Jalur (Path Analysis)	85
3.8.6. Uji Sobel Test	89
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	91
4.1. Gambaan Umum Perusahaan	91
4.2. Analisis Deskriptif	94
4.3. Analisis Statistik	99
4.4. Pembahasan.....	128
BAB V SIMPULAN	136
5.1. Simpulan	136
5.2. Keterbatasan.....	140
5.3. Implikasi	141
DAFTAR PUSTAKA	154
LAMPIRAN.....	159



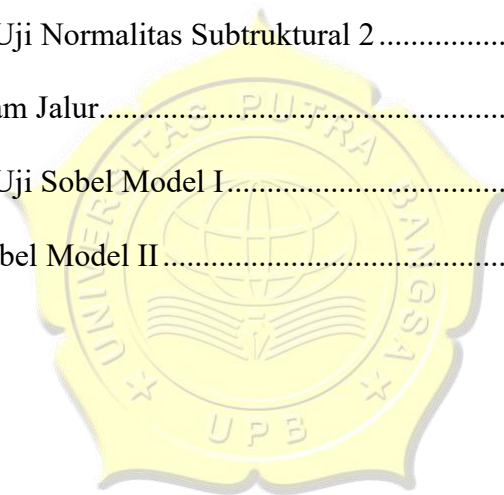
DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Data Pengguna SpotifyTingkat Global Tahun 2020 - 2024.....	3
Tabel I- 2 Persaingan Pengguna Platfrom Sreaming Musik di Indonesia Tahun 2024	4
Tabel I- 3 Jenis Langganan Spotify Tahun 2024	6
Tabel I- 4 Observasi Pengguna Spotify Premium Kabupaten Kebumen	7
Tabel I- 5 Observasi Pengguna Spotify Premium.....	8
Tabel I- 6 Perilaku Penggunaan Aplikasi Spotify Premium Kabupaten Kebumen .	8
Tabel I- 7 Observasi Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Customer Satisfaction	9
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	52
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Variabel Repurchase Intention	68
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Variabel Customer Satisfaction	69
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Variabel Perceived Enjoyment.....	70
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Variabel Customer Value.....	71
Tabel III- 5 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	85
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia... ..	94
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	95
Tabel IV - 4 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	96
Tabel IV - 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	97
Tabel IV - 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Paket Spotify yang digunakan	97
Tabel IV - 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	98

Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Enjoyment	100
Tabel IV - 9 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Value	101
Tabel IV - 10 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Satisfaction	101
Tabel IV - 11 Hasil Uji Validitas Variabel Repurchase Intention	102
Tabel IV - 12 Hasil Uji Reliabilitas	102
Tabel IV - 13 Hasil Uji Multikolinieritas Substruktural 1	103
Tabel IV - 14 Hasil Uji Multikolinieritas Substruktural 2	104
Tab`el IV - 15 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Substruktural 1	109
Tabel IV - 16 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Substruktural 2	110
Tabel IV - 17 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural I	112
Tabel IV - 18 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 2	113
Tabel IV - 19 Hasil Koefisien Determinasi Substruktural 1	114
Tabel IV - 20 Hasil Koefisien Determinasi Substruktural 2	115
Tabel IV - 21 Uji Korelasi	116
Tabel IV - 22 Hasil Koefisien Jalur Substruktural I	117
Tabel IV - 23 Hasil Koefisien Jalur Substruktural II	120
Tabel IV - 24 Ringkasan Uji Hipotesis 6-7	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Persentase Negara Dengan Jumlah Streaming Musik.....	2
Gambar II- 1 Model Penelitian Expectaion Confirmation Model.....	19
Gambar II- 2 Model Pengembangan Expected-Confirmation.....	20
Gambar II- 3 Kerangka Teoris	64
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural 1	105
Gambar IV- 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural 2	106
Gambar IV- 3 Hasil Uji Normalitas Substruktural 1	107
Gambar IV- 4 Hasil Uji Normalitas Substruktural 2	108
Gambar IV- 5 Diagram Jalur.....	125
Gambar IV- 6 Hasil Uji Sobel Model I.....	127
Gambar IV- 7 Uji Sobel Model II.....	128



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	160
Lampiran II Data Identitas Responden	166
Lampiran III Data Tabulasi Kuesioner	170
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	177
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas.....	181
Lampiran VI Hasil Uji Asumsi Klasik.....	182
Lampiran VII Hasil Uji Hipotesis	187
Lampiran VIII R Tabel.....	189
Lampiran IX T Tabel	192
Lampiran X Kartu Bimbingan Skripsi	196
Lampiran XI Kartu Sminar Proposal Skripsi	197

