

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
APLIKASI SPOTIFY PREMIUM PADA GENERASI-Z DI WILAYAH
PASARMINGGU**

TUGAS AKHIR

Oleh :

ALIFIA NURUL KHAIRANI

213402516297



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2025

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
APLIKASI SPOTIFY PREMIUM PADA GENERASI-Z DI WILAYAH
PASAR MINGGU**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

TUGAS AKHIR

ALIFIA NURUL KHAIRANI

213402516297



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2025

LEMBAR PERNYATAAN

Nama : ALIFIA NURUL KHAIRANI

NPM 213402516297

Tempat Tanggal Lahir : JAKARTA, 28 JULI 2003

Program Studi : MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS

Judul Skripsi :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI SPOTIFY
PREMIUM PADA GENERASI-Z DI WILAYAH PASAR MINGGU**

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi ini adalah hasil gagasan atau hasil penelitian penulis. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) di Universitas Nasional.

Jakarta, 18 Februari 2025



ALIFIA NURUL KHAIRANI

NPM.213402516297

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI SPOTIFY PREMIUM PADA GENERASI-Z DI WILAYAH PASAR MINGGU

Nama : Alifia Nurul Khairani

Nomor Pokok : 213402516297

Program Studi : Manajemen

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir**



(Dr. Ir. Tri Waluyo, M. Agr.)

Menyetujui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI SPOTIFY PREMIUM PADA GENERASI-Z DI WILAYAH PASAR MINGGU**

Nama : Alifia Nurul Khairani

Nomor Pokok : 213402516297

Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

Ketua/Penguji

(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Anggota/Penguji

(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta: 1 September 2025

Tanggal Lulus: 1 September 2025

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI SPOTIFY PREMIUM PADA GENERASI-Z DI WILAYAH PASAR MINGGU

Oleh

ALIFIA NURUL KHAIRANI

NPM. 213402516297

Tugas Akhir di bawah bimbingan Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.

Dengan menggunakan teknik kuantitatif dan analisis regresi linear berganda, penelitian ini melihat bagaimana Persepsi Harga, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Spotify Premium pada Generasi-Z di Wilayah Pasar Minggu memengaruhi Kepuasan Pelanggan. Data penelitian dikumpulkan melalui survei yang dibagikan kepada pengguna Spotify Premium. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut dapat berdampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan, dengan kualitas layanan merupakan variabel yang penting. Penelitian ini menunjukkan bahwa guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan diperlukan peningkatan layanan, persepsi harga yang kompetitif, dan kemudahan penggunaan.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan, Spotify Premium, Generasi-Z.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, SERVICE QUALITY, AND EASE OF USE ON CUSTOMER SATISFACTION OF SPOTIFY PREMIUM APPLICATION AMONG GENERATION-Z IN THE PASAR MINGGU AREA.

By :

Alifia Nurul Khairani

NPM. 213402516297

Final Project under the guidance of Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.

Using quantitative techniques and multiple linear regression analysis, this study examines how Price Perception, Service Quality, and Ease of Use of Spotify Premium among Generation-Z in the Pasar Minggu area influence Customer Satisfaction. Research data was collected through surveys distributed to Spotify Premium users. The results indicate that these three variables have a positive and significant impact on customer satisfaction, with service quality being the most important variable. This study highlights that to maintain and loyalty, improvements in service, competitive pricing strategies, and ease of use are essential.

Keywords : Price Perception, Service Quality, Ease of Use, Customer Satisfaction, Spotify Premium, Generation-Z.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala atas rahmat, hidayah, dan kekuatan-Nya yang telah diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI SPOTIFY PREMIUM PADA GENERASI-Z DI WILAYAH PASAR MINGGU”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini jauh dari kata kesempurnaan. Adanya keterbatasan kemampuan dan pengetahuan, penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi teman-teman yang membacanya. Serta penulis menyadari bahwa penyelesaian tugas akhir ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Dalam proses penulisan tugas akhir ini, penulis sangat bersyukur serta mendapatkan pembelajaran dan pengalaman, motivasi dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini secara langsung maupun tidak langsung :

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

5. Bapak Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr. selaku pembimbing tugas akhir yang telah berkenan membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan semangat, memberikan solusi, serta memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Atsari Sujud, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada mahasiswa nya sehingga dapat memahami serta berkembang dalam proses belajarnya.
8. Kedua orang tua saya, Machmud Hs dan Almh. Etty Margianti yang telah membesarkan saya, mendukung, dan selalu mendoakan saya. Serta Kakak dan Abang saya yang telah memberikan masukan, motivasi, serta mendengar keluh kesah di tengah proses penulisan tugas akhir ini.
9. Ilman Nurrafi Raditiyo, yang selalu memberikan dukungan semangat dan motivasi di tengah maupun di luar proses penulisan tugas akhir ini.
10. Teman-teman seperjuangan saya , Rizvy, Karisma, Viana, Niken, yang telah melewati masa awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan ini bersama-sama.
11. Rahima Nur Annisa, selaku teman penulis sejak bangku Sekolah Menengah Atas, terima kasih atas canda tawa nya sebagai motivasi dan selalu mendukung saat berkeluh kesah.
12. Azizah, Fida, Alma, Intan, PS, dan Aulia selaku teman penulis sejak bangku Sekolah Menengah Pertama atas dukungan, canda, tawa, dan berkembang bersama penulis hingga melewati masa perkuliahan.
13. Untuk diri saya sendiri, terima kasih sudah berjuang sampai akhir.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Manajemen Pemasaran	9
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	10
B. Manajemen Pemasaran Jasa	11
1. Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa	11
2. Bauran Manajemen Pemasaran Jasa.....	12
C. Kepuasan Pelanggan.....	13
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	13
2. Aspek-Aspek Yang Dapat Memengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	14
3. Indikator Kepuasan Pelanggan	16
D. Persepsi Harga	16
1. Pengertian Persepsi Harga.....	16

2. Indikator Persepsi Harga.....	16
3. Metode Penetapan Harga.....	17
E. Kualitas Layanan	18
1. Pengertian Kualitas Layanan	18
2. Indikator Kualitas Layanan	18
F. Kemudahan Penggunaan	19
1. Pengertian Kemudahan Penggunaan	19
2. Indikator Kemudahan Penggunaan.....	20
G. Keterkaitan Antar Variabel.....	21
1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	21
2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	21
3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
H. Hasil Penelitian Terdahulu Sebagai Rujukan	22
I. Kerangka Analisis	26
J. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Objek Penelitian	29
B. Data Penelitian.....	29
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	29
2. Populasi dan Sampel.....	30
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	31
C. Jenis Variabel yang Digunakan	32
D. Definisi Operasional	32
E. Metode Analisis dan Pengajuan Hipotesis.....	33
1. Metode Analisis Deskriptif.....	33
2. Metode Analisis Inferensial	34
3. Analisis Regresi Linear Berganda	34
4. Uji Instrumen	35
a. Uji Validitas.....	35
b. Uji Reliabilitas.....	35

5. Uji Asumsi Klasik	35
a. Uji Normalitas	35
b. Uji Multikolinearitas.....	36
c. Uji Heterokedastisitas	36
d. Uji Autokorelasi	37
6. Uji Kelayan Model	37
a. Uji Statistik (F)	37
b. Uji Koefisiesn Determinasi (R^2).....	37
7. Pengujian Hipotesis (Uji t)	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian.....	39
1. Deskriptif Penelitian	39
2. Deskripsi Data Profil Responden.....	40
3. Analisis Deskriptif	42
4. Uji Kelayakan Model.....	45
5. Uji Hipotesis (uji t).....	51
B. Pembahasan	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Spotify dari Tahun 2016-2023	2
Tabel 1.2 Perbandingan Spotify dengan Aplikasi Lainnya	3
Tabel 1.3 <i>Research Gap</i>	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Sesuai dengan Rujukan Penelitian.....	23
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	42
Tabel 4.4 Total Rata-rata Persepsi Harga (X1)	42
Tabel 4.5 Total Rata-rata Kualitas Layanan (X2)	43
Tabel 4.6 Total Rata-rata Kemudahan Penggunaan (X3).....	44
Tabel 4.7 Total Rata-rata Kepuasan Pelanggan (Y)	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.15 Hasil Uji F	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
Tabel 4.17 Hasil Uji t	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Customer Satisfaction Model</i>	14
Gambar 2.2 Bagan Konsekuensi Kepuasan Pelanggan	15
Gambar 2.3 Kerangka Analisis.....	27

