

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *E – SERVICE QUALITY*, CITRA
MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG APLIKASI *SPOTIFY*
PREMIUM PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

TUGAS AKHIR

IRMA SIFA FAUZIAH

193402516120



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *E – SERVICE QUALITY*, CITRA
MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG APLIKASI *SPOTIFY*
PREMIUM PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

Diajukan sebagai salah syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

IRMA SIFA FAUZIAH
193402516120



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar – benarnya segala pernyataan dalam Skripsi yang berjudul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, *E-SERVICE QUALITY*, CITRA MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG APLIKASI *SPOTIFY PREMIUM* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan – Kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis

Jakarta, 04 Januari 2023



Irma Sifa Fauziah

193402516120

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, E- SERVICE QUALITY, CITRA MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG APLIKASI SPOTIFY PREMIUM PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

Nama Mahasiswa : IRMA SIFA FAUZIAH
Nomor Pokok : 193402516120
Program Studi : MANAJEMEN

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,

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

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen,



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

Jakarta, Januari 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, *E- SERVICE QUALITY*, CITRA MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG APLIKASI SPOTIFY PREMIUM PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

Nama Mahasiswa : IRMA SIFA FAUZIAH
Nomor Pokok : 193402516120
Program Studi : MANAJEMEN

Diterima dan Disahkan oleh panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir,

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

Ketua Penguji,

Anggota / Penguji,

(Dr.Subur Karyatun, S.E., M.M)

(Dr.Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M)

Mengetahui



(Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D,)

Jakarta,

Tanggal Lulus :

ABSTRAK
**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *E-SERVICE QUALITY*, CITRA MEREK
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG APLIKASI *SPOTIFY*
PREMIUM PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

Oleh :

Irma Sifa Fauziah

NPM : 193402516120

Tugas Akhir, di bawah bimbingan Dr. Elwisam, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, *E-Service Quality*, Citra Merek terhadap Minat Pembelian Ulang pada Mahasiswa Universitas Nasional. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan Kuantitatif. Sumber data pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden dengan Sample Mahasiswa Universitas Nasional Jakarta. Pengambilan sampel dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas dengan hasil Valid dan Reliabel. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Regresi Linear, Uji Hipotesis dan Uji – t serta menggunakan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 23. Hasil analisis Regresi Linear Berganda menunjukkan bahwa variabel Persepsi Harga (X_1) berpengaruh positif sedangkan *E-Service Quality* (X_2), Citra Merek (X_3) berpengaruh positif terhadap Minat Pembelian Ulang (Y).

Kata Kunci : Persepsi Harga, *E-Service Quality* dan Citra Merek, Minat Pembelian Ulang, Aplikasi *Spotify*.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, E-SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE TO REPURCHASE INTEREST OF SPOTIFY PREMIUM APPLICATION AT STUDENT UNIVERSITY NATIONAL

By:

Irma Sifa Fauziah

NPM: 193402516120

Final Project, under the guidance of Dr. Elwisam, S.E., M.M

This study aims to determine the Influence of Perceived Price, Quality of E-Service, Brand Image to Repurchase Interest of Spotify Premium in Students University National. This research was conducted with a quantitative approach. The source of the data in this study was distributing questionnaires to 96 respondents with a sample of Jakarta National University students. Sampling using Validity Test, Reliability Test with Valid and Reliable results. The data analysis technique used is Linear Regression Test, Hypothesis Test and T-test and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 23 program. The results of the Multiple Linear Regression analysis show that the Price Perception variable (X1) has a positive effect while E-Service Quality (X2), Brand Image (X3) has a positive effect on Repurchase Intention (Y).

Keywords: Price Perception, E-Service Quality, Brand Image, Repurchase interest, Spotify Application.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Irma Sifa Fauziah
2. Tempat, tanggal lahir : Garut, 15 April 2001
3. Jenis kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jl. Menteng Tenggulun Rt.012/01 No. 36
5. No. Handphone : 085163137162
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : irmasifa12@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2007 – 2012 : SDIT Al-Badar
2. 2012 – 2016 : SMPIT Ar-Rahman
3. 2016 – 2019 : SMK As-Syafiiyah
4. 2019 – 2023 : Universitas Nasional



Jakarta, 04 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to be "I S F".

(Irma Sifa Fauziah)

NPM : 193402516120

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

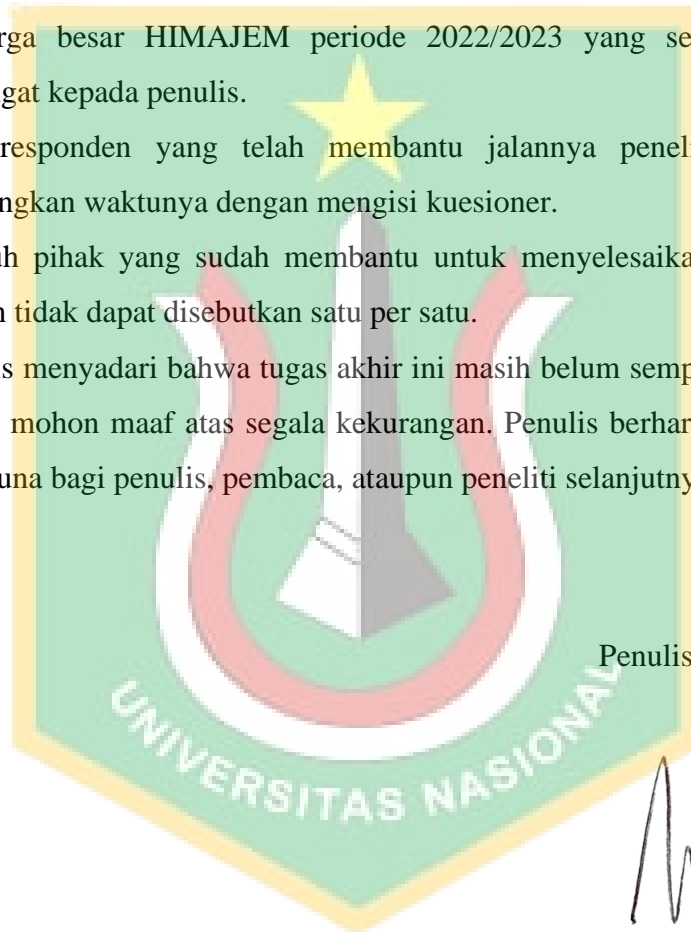
Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dengan menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, *E-Service Quality*, Citra Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Aplikasi *Spotify Premium* Pada Mahasiswa Universitas Nasional**” dengan baik. Tujuan Penyusunan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu Syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan tugas akhir ini tentunya penulis mengalami hambatan baik yang bersifat teknis ataupun yang lainnya. Namun, berkat dukungan, kerja sama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M, selaku Wakil Dekan 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. Elwisam S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing yang penulis hormati serta telah bersedia dalam membantu memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu Pengetahuannya kepada mahasiswa Sehingga bisa tumbuh dan berkembang dengan baik dalam proses belajar.

7. Orang tua penulis, ibu Nurjanah dan Bapak Maman Saepul Ruslan yang selalu memberikan kasih sayang, nasehat, serta doa yang tak kan bisa penulis balas. Serta dukungan yang baik secara moril ataupun materill selama berkuliah di Universitas Nasional dan menjadi alasan saya agar dapat lulus tepat waktu.
8. Untuk teman – teman Seperjuangan dari awal masuk hingga saat ini yaitu Sheila dan juga teman yang selalu membantu memberikan saran terhadap tugas akhir saya yaitu Mutiara serta teman Bimbingan yang selalu mendukung jalannya Tugas Akhir saya.
9. Keluarga besar HIMAJEM periode 2022/2023 yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
10. Para responden yang telah membantu jalannya penelitian ini dengan meluangkan waktunya dengan mengisi kuesioner.
11. Seluruh pihak yang sudah membantu untuk menyelesaikan tugas akhir ini namun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan. Penulis berharap tugas akhir ini dapat berguna bagi penulis, pembaca, ataupun peneliti selanjutnya.



Penulis, 04 Januari 2023

Irma Sifa Fauziah
193402516120

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)

HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

ABSTRACT

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Keterkaitan Antar Variabel	12
B. Kerangka Analisis	17
C. Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Objek Penelitian.....	19
B. Data Penelitian	19
1. Sumber dan Jenis Data	19

2. Populasi dan Sampel	20
3. Metode dan alat pengumpulan data.....	21
C. Definisi Operasional Variabel.....	22
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Hasil Penelitian	27
1. Deskripsi Data Penelitian	27
2. Deskripsi Responden.....	28
B. Analisis Deskriptif	30
C. Analisis Metode Regresi Linear Berganda	34
1. Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas	34
2. Uji Asumsi Klasik.....	37
3. Uji Kelayakan Model	41
a. Uji F.....	41
b. Uji Koefisien Determinasi	41
4. Output Estimasi Regresi Linear Berganda	42
5. Uji t.....	43
D. Pembahasan Penelitian.....	44
1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Pembelian Ulang.....	44
2. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Minat Pembelian Ulang	45
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Pembelian Ulang	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	47
A. Kesimpulan	47
B. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.2. Kerangka Analisis	17
Tabel 3.1. Penilaian Skala Likert	20
Tabel 3.2. Definisi Operasional	22
Tabel 4.1. Average Total Mean Persepsi Harga.....	30
Tabel 4.2. Average Total Mean <i>E-Service Quality</i>	31
Tabel 4.3. Average Total Mean Citra Merek	32
Tabel 4.4. Average Total Mean Minat Pembelian Ulang	33
Tabel 4.5. Uji Validitas pada Variabel Persepsi Harga.....	34
Tabel 4.6. Uji Validitas pada Variabel <i>E-Service Quality</i>	35
Tabel 4.7. Uji Validitas pada Variabel Citra Merek	36
Tabel 4.8. Uji Validitas pada Variabel Minat Pembelian Ulang	36
Tabel 4.9. Uji Reliability Instrumen Variabel Persepsi Harga , <i>E-Service Quality</i> , Citra Merek , dan Minat Pembelian Ulang	37
Tabel 4.10. Output Uji Multikolinearitas.....	38
Tabel 4.11. Output Uji Auto Korelasi.....	39
Tabel 4.12. Output Uji Gletser	39
Tabel 4.13. Hasil Output Uji Normalitas	40
Tabel 4.14. Output Uji F.....	41
Tabel 4.15. Output Koefisien Determinasi (R^2).....	41
Tabel 4.16. Output Regresi Linear Berganda.....	42
Tabel 4.17. Output Uji T.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Persentase Unduhan Aplikasi Streaming	1
Gambar 1.2. Pengguna Aktif <i>Spotify</i>	2
Gambar 1.3. Gambar Penggunaan <i>Spotify</i> pada Mahasiswa Universitas Nasional ..	2
Gambar 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Gambar 4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 :Kuesioner Penelitian.....	52
Lampiran 2 : Distribusi jawaban Responden	56
Lampiran 3 : Hasil Uji Output	62
Lampiran 4 : Tabel Durbin Watson	70
Lampiran 5 : Tabel R	70
Lampiran 6 : Konsultasi Bimbingan	71
Lampiran 7 : Cek turnitin.....	72

