

**PERBEDAAN LAYANAN SPOTIFY BERDASARKAN JENIS
LANGGANAN MENGGUNAKAN MODEL *UNIFIED THEORY
OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2* (UTAUT 2)
DI KOTA BEKASI**

(Studi Kasus Pendengar Musik Spotify di Kota Bekasi)

***DIFFERENCES OF SPOTIFY SERVICES BASED ON THE
TYPE OF SUBSCRIPTION USING THE UNIFIED THEORY OF
ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2)
MODEL IN BEKASI CITY***

(Case Study of Spotify Music Listeners in Bekasi City)

Oleh:

Indah Permata Sari

2018410251

SKRIPSI



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2022**

**PERBEDAAN LAYANAN SPOTIFY BERDASARKAN JENIS
LANGGANAN MENGGUNAKAN MODEL *UNIFIED THEORY
OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2)*
DI KOTA BEKASI**

(Studi Kasus Pendengar Musik Spotify di Kota Bekasi)

***DIFFERENCES OF SPOTIFY SERVICES BASED ON THE
TYPE OF SUBSCRIPTION USING THE UNIFIED THEORY OF
ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2)
MODEL IN BEKASI CITY***

(Case Study of Spotify Music Listeners in Bekasi City)

Oleh

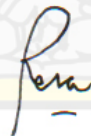
Indah Permata Sari

2018410251

SKRIPSI

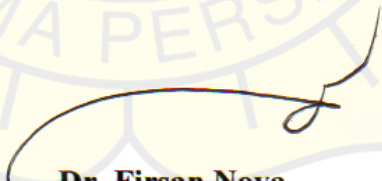
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 24 Mei 2022

Jakarta, 24 Mei 2022



Resa Nurlaela Anwar,SE.,M.M

Dosen Pembimbing



Dr. Firsan Nova

Penguji I



Melani Quintania,S.E,M.Pd

Penguji II




Resa Nurlaela Anwar,S.E.,MM

Penguji III



Mu'man Nuryana,PhD

Dekan Fakultas Ekonomi



Dian Anggaraeny Rahim,SE,M.Si

Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Permata Sari
Nim : 2018410251
Jurusan/Peminatan : Manajemen/ Pemasaran

Dengan ini menyatakan karya tulis yang dibuat dengan judul “Perbedaan Layanan Spotify Berdasarkan Jenis Langganan Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) Di Kota Bekasi” yang di bimbing oleh ibu Resa Nurlaela Anwar S.E,M.M adalah benar merupakan bukti karya tulis murni saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya tulis orang lain. Apabila di kemudian hari saya terbukti melanggar, maka saya akan bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, Febuari 2022

Indah Permata Sari
ataa,



Indah Permata Sari

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan antara pengguna Spotify dengan layanan *premium* dan *free* menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2* (UTAUT 2) di Kota Bekasi. Jumlah sampel dalam penelitian adalah 200 responden yang terbagi menjadi 100 responden pengguna *premium* dan 100 responden pengguna *free* dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dan *kuota sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *googleform*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan alat analisis menggunakan uji beda *Independent Sample T-Test*. Hasil penelitian menggunakan *Independent Sampel T-test* menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai $5,535 > 1,652$ dan dari hasil nilai Sig.(2- tailed) $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara pengguna layanan *premium* dan layanan *free* pada Ekpektasi Kinerja, Ekpektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga dan Kebiasaan pada jenis layanan musik Spotify di Kota Bekasi. Dari hasil uji Statistik menunjukkan nilai rata-rata yang baik dari kedua layanan musik Spotify adalah pengguna layanan *premium* dengan hasil rata-rata sebesar 201,93 lebih besar dari pengguna *free*.

Kata Kunci : UTAUT 2, *Independent Sample T-Test*, Spotify, Kota Bekasi

Abstract

The purpose of this study was to determine the difference between Spotify users with premium and free services using the Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2) Model in Bekasi City. The number of samples in this study were 200 respondents, which were divided into 100 premium users and 100 free respondents using non-probability sampling and quota sampling techniques. Collecting data using a questionnaire via googleform. This research is a quantitative research with analysis tool using different test Independent Sample T-Test. The results of the study using the Independent Sample T-test showed that the t-count value was greater than the t-table with a value of $5.535 > 1.652$ and from the results of the Sig. (2-tailed) $0.000 < 0.05$, this indicates that there is a significant difference between users of premium services. and free services on Performance Expectations, Business Expectations, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Values and Habits on the type of Spotify music service in Bekasi City. From the results of the statistical test, it shows that the good average value of the two Spotify music services is premium service users with an average result of 201.93 greater than free users.

Keywords: *UTAUT 2, Independent Sample T-Test, Spotify, Bekasi City*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“PERBEDAAN LAYANAN SPOTIFY BERDASARKAN JENIS LANGGANAN MENGGUNAKAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2)*. (Studi Kasus Pengguna layanan Spotify di Kota Bekasi)**

Skripsi merupakan salah satu syarat yang wajib ditempuh di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Resa Nurlaela Anwar, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing penyusunan laporan skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan laporan skripsi.
2. Orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberi dukungan sehingga laporan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Melani Quintania, S.E.,M.Pd. Selaku dosen Pembimbing Akademik.
4. Ibu Dian Anggraeny, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dalam proses belajar selama masa perkuliahan.

6. Sahabat terbaik yang senantiasa memberikan semangat dalam penyelesaian laporan skripsi ini.
7. Siska Regita Salsabila, Alda Ivanka dan Mayang Fatimah Sari yang selalu meluangkan waktu dan memberikan semangat serta dukungan dalam penyusunan laporan skripsi.
8. Teman-teman Angkatan 2018 Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada yang telah mendukung dan memotivasi secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Demikian skripsi ini di buat, penulis berharap saran dan kritik demi kesempurnaan penulisan ini. Semoga skripsi ini dapat dijadikan acuan tindak lanjut penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, Febuari 2022

Indah Permata Sari

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Pembahasan dan Rumusan Masalah	38
1.3 Tujuan Penelitian	40
1.4 Manfaat Penelitian.....	40
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN	42
2.1 Landasan Teori	42
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	42
2.2 Kualitas Layanan	43
2.3 Musik.....	43
2.4 Aplikasi.....	44
2.5 Spotify	44
2.6 <i>Unified Theory Of Acceptance and Use</i> <i>Of Technology 2 (UTAUT2)</i>	45
2.6.1 Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>).....	46
2.6.2 Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>)	48
2.6.3 Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>).....	49
2.6.4 Kondisi Memfasilitasi (<i>Facilitating Condition</i>).....	50

2.6.5	Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>).....	51
2.6.6	Nilai Harga (<i>Price Value</i>).....	52
2.6.7	Kebiasaan (<i>Habit</i>)	52
2.7	Penelitian Terdahulu.....	53
2.8	Kerangka Pemikiran	57
2.9	Hipotesis Penelitian	59
BAB III	METODE PENELITIAN	61
3.1	Metode yang Digunakan	61
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	62
3.3	Operasional Variabel	62
3.4	Sumber dan Cara Penentuan Data	68
3.4.1	Sumber dan Jenis Data	69
3.4.2	Cara Penentuan Data	70
3.5	Teknik Pengumpulan Data	72
3.5.1	Skala Likert	73
3.6	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	75
3.6.1	Uji Keabsahan Data	75
3.6.2	Alat Analisis Data	77
3.6.3	Uji Hipotesis	80
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	83
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	83
4.1.1	Sejarah Singkat Spotify	83
4.1.2	Logo Spotify	85
4.1.3	Visi dan Misi Spotify.....	86
4.1.4	Layanan Spotify.....	86
4.1.5	Alamat Akses Spotify.....	87
4.2	Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden	88
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	89
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	89

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan	
Status Pekerjaan	90
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan	
Pengeluaran Perbulan.....	91
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan	
Penggunaan Musik Spotify	92
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan	
Pemakaian 1 Bulan.....	93
4.2.8 Karkateristik Responden Berdasarkan Penggunaan	
waktu untuk Mendengarkan musik di Spotify.....	94
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan	
<i>Genre</i> Musik Spotify.....	95
4.2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan	
Alasan Mendengarkan Musik di Spotify.....	96
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	97
4.4 Uji Keabsahan Data.....	143
4.4.1 Uji Validitas.....	143
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	147
4.5 Statistik Deskriptif.....	151
4.5.1 Uji Normalitas	152
4.5.2 Uji Homogenitas.....	154
4.5.3 Uji Anova	156
4.6 Alat Analisis dan Hipotesis <i>T-Test</i>	157
4.7 Pembahasan dan Pemecahan Masalah.....	158
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	160
5.1 Kesimpulan.....	160
5.2 Saran	161
DAFTAR PUSTAKA	162
LAMPIRAN	167

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Layanan Musik Spotify	8
Tabel 1.2 Varian Paket Musik <i>Premium</i> Spotify 2021	11
Tabel 1.3 Ulasan Positif Pendengar Musik Spotify <i>Free</i>	13
Tabel 1.4 Ulasan Negatif Pendengar Musik Spotify <i>Free</i>	14
Tabel 1.5 Ulasan Positif Pendengar Musik Spotify <i>Premium</i>	15
Tabel 1.6 Ulasan Negatif Pendengar Musik Spotify <i>Premium</i>	17
Tabel 1.7 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Ekspektasi Kinerja Pada layanan <i>Premium</i>	23
Tabel 1.8 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Ekspektasi Usaha Pada layanan <i>Premium</i>	24
Tabel 1.9 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Pengaruh Sosial Pada layanan <i>Premium</i>	24
Tabel 1.10 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Kondisi Memfasilitasi Pada layanan <i>Premium</i>	25
Tabel 1.11 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Motivasi Hedonis Pada layanan <i>Premium</i>	25
Tabel 1.12 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Nilai Harga Pada layanan <i>Premium</i>	26
Tabel 1.13 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Kebiasaan Pada layanan <i>Premium</i>	26

Tabel 1.14 Tanggapan Keseluruhan Responden pada layanan <i>Premium</i> ...	27
Tabel 1.15 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Ekspektasi Kinerja Pada layanan <i>Free</i>	30
Tabel 1.16 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Ekspektasi Usaha Pada layanan <i>Free</i>	30
Tabel 1.17 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Pengaruh Sosil Pada layanan <i>Free</i>	31
Tabel 1.18 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Kondisi Memfasilitasi Pada layanan <i>Free</i>	31
Tabel 1.19 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Motivasi Hedonis Pada layanan <i>Free</i>	32
Tabel 1.20 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Nilai Harga Pada layanan <i>Free</i>	32
Tabel 1.21 Tanggapan Responden Pendengar Musik di Spotify Terhadap Kebiasaan Pada layanan <i>Free</i>	33
Tabel 1.22 Tanggapan Keseluruhan Responden Pendengar Musik di Spotify Pada layanan <i>Free</i>	34
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	53
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	64
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	74
Tabel 3.3 Rentan Skala	75
Tabel 4.1 Fitur Layanan Musik Spotify	87
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	89
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	90
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	90
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	91
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi Musik Spotify...	92
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Pemakaian dalam 1 Bulan	93
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Penggunaan Waktu Mendengarkan Musik di Spotify.....	94
Tabel 4.10 Responden Berdasarkan Genre Musik yang disukai.....	95
Tabel 4.11 Responden Berdasarkan Alasan Mendengarkan Musik	96
Tabel 4.12 Mendengarkan Musik Di Spotify Sangat Bermanfaat Untuk Keseharian saya	97
Tabel 4.13 Mendengarkan musik di Spotify memudahkan saya untuk mencari berbagai <i>genre</i> musik	98
Tabel 4.14 Mendengarkan musik di Spotify meningkatkan produktifitas saya	99
Tabel 4.15 Mendengarkan musik di spotify memberikan semangat dalam beraktivitas	100
Tabel 4.16 Mendengarkan musik di Spotify dapat menyelesaikan pekerjaan saya dengan lebih cepat	101
Tabel 4.17 Mendengarkan musik di Spotify dapat mengurangi kejujahan saat bekerja	102
Tabel 4.18 Mendengarkan musik di Spotify dapat memilih jenis	

langganan yang di inginkan	103
Tabel 4.19 Saya dapat mendengarkan musik dari artis lokal	
dan luar negeri.....	104
Tabel 4.20 Musik di Spotify merupakan aplikasi yang terkenal.....	105
Tabel 4.21 Mendengarkan musik di Spotify memiliki jenis	
musik yang <i>uptodate</i>	106
Tabel 4.22 Mendengarkan musik di Spotify sangat mudah	
untuk dipelajari.....	107
Tabel 4.23 Musik di Spotify bisa di dengarkan bersama-sama	
dengan keluarga/ kerabat.....	108
Tabel 4.24 Terdapat iklan saat mendengarkan musik.....	109
Tabel 4.25 Memiliki fitur yang lengkap namun sulit di pahami.....	110
Tabel 4.26 Mudah bagi saya untuk mengikuti arahan saat ingin	
mendengarkan musik di Spotify	111
Tabel 4.27 Saya percaya mendengarkan musik di Spotify sangat	
mudah untuk digunakan	112
Tabel 4.28 Orang-orang dilingkungan saya merekomendasikan	
untuk mendengarkan musik di Spotify	113
Tabel 4.29 Terdapat keinginan untuk mendengarkan musik Spotify	114
Tabel 4.30 Saya mendengarkan musik di Spotify karena banyak	
orang yang menggunakan	115
Tabel 4.31 Rasa penasaran dari lingkungan sekitar memungkinkan	
saya untuk mendengarkan musik di Spotify	116

Tabel 4.32 Orang-orang disekitar saya mendengarkan musik di Spotify karena lebih mengikuti <i>trend</i>	117
Tabel 4.33 Saya mendengarkan musik Spotify memiliki kualitas baik.....	118
Tabel 4.34 Saya paham cara mendengarkan musik di Spotify	119
Tabel 4.35 Fitur menu saat mendengarkan musik di Spotify lengkap.....	120
Tabel 4.36 Terdapat petunjuk saat ingin mendengarkan musik Spotify	121
Tabel 4.37 Layanan untuk berlangganan musik di Spotify menarik	122
Tabel 4.38 Saya merasa puas pada layanan musik di Spotify.....	123
Tabel 4.39 Mendengarkan musik di Spotify dapat mengetahui lirik lagu dengan cepat	124
Tabel 4.40 Mendengarkan musik di Spotify memungkinkan saya untuk bernostalgia	125
Tabel 4.41 Mendengarkan musik Spotify dapat mengisi waktu luang	126
Tabel 4.42 Saya merasa terhibur saat mendengarkan musik Spotify.....	127
Tabel 4.43 mendengarkan musik di Spotify dapat menemani perjalanan saya ke suatu tempat.....	128
Tabel 4.44 Saya tertarik mendengarkan musik di Spotify	129
Tabel 4.45 Saya merasa saya harus mendengarkan musik di Spotify.....	130
Tabel 4.46 Mendengarkan musik Spotify memiliki kualitas suara yang baik	131
Tabel 4.47 Musik di Spotify dapat digunakan untuk acara tertentu	132
Tabel 4.48 Mendengarkan musik di Spotify memiliki kualitas harga sesuai dengan yang ditawarkan.....	133
Tabel 4.49 Mendengarkan Musik Spotify bisa digunakan secara gratis.....	134

Tabel 4.50 Saya bersedia membayar seharga yang telah ditetapkan untuk mendengarkan musik di Spotify	135
Tabel 4.51 Musik di Spotify dapat meningkatkan mood/ suasana hati	136
Tabel 4.52 Saya sudah terbiasa mendengarkan musik di Spotify	137
Tabel 4.53 Mendengarkan musik sudah menjadi hobi saya	138
Tabel 4.54 Saya merasa harus terus mendengarkan musik di Spotify	139
Tabel 4.55 Saya merasa nyaman saat mendengarkan musik di Spotify ...	140
Tabel 4.56 Saya menggunakan Spotify untuk mendengarkan musik	141
Tabel 4.57 Saya tetap mendengarkan musik di Spotify	142
Tabel 4.58 Hasil Uji Validitas.....	143
Tabel 4.59 Hasil Uji Reliabilitas <i>Performance Expectancy</i>	147
Tabel 4.60 Hasil Uji Reliabilitas <i>Effort Expectancy</i>	148
Tabel 4.61 Hasil Uji Reliabilitas <i>Social Influence</i>	148
Tabel 4.62 Hasil Uji Reliabilitas <i>Facilitating Conditions</i>	149
Tabel 4.63 Hasil Uji Reliabilitas <i>Hedonic Motivation</i>	149
Tabel 4.64 Hasil Uji Reliabilitas <i>Price Value</i>	150
Tabel 4.65 Hasil Uji Reliabilitas <i>Habit</i>	150
Tabel 4.66 Hasil Statistik Deskriptif.....	151
Tabel 4.67 Uji Normalitas.....	153
Tabel 4.68 Uji Deskriptiv.....	155
Tabel 4.69 Uji Homogenitas	155
Tabel 4.70 Uji Anova.....	156
Tabel 4.71 Uji <i>Independent Sampel T-Test</i>	157

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah 10 Negara Asia dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak 2020.....	2
Gambar 1.2 Layanan <i>Streaming</i> Musik Berbayar Terbanyak 2020	6
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Spotify Per Kuartal 2020	9
Gambar 1.4 Iklan Spotify.....	12
Gambar 1.5 Hasil Keseluruhan Pra Survey Pendengar Musik Spotify.....	37
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	58
Gambar 2.2 Model Paradigma Penelitian	60
Gambar 4.1 Logo Spotify.....	85
Gambar 4.2 Garis Diagonal.....	154

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Pra Survey Penelitian	168
Lampiran 2 Hasil Pra Survei Peneliti	172
Lampiran 3 Data Profil Responden Pra Survei	174
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian	178
Lampiran 5 Data Profil Responden	186
Lampiran 6 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Premium</i> <i>Performance Expectancy (X1)</i>	200
Lampiran 7 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Premium</i> <i>Effort Expectancy (X2)</i>	201
Lampiran 8 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Premium</i> <i>Social Influence (X3)</i>	202
Lampiran 9 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Premium</i> <i>Facilitating Conditions (X4)</i>	203
Lampiran 10 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Premium</i> <i>Hedonic Motivations (X5)</i>	204
Lampiran 11 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Premium</i> <i>Price Value (X6)</i>	205
Lampiran 12 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Premium Habit (X7)</i>	206
Lampiran 13 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Free</i>	

<i>Performance Expectancy (X1)</i>	207
Lampiran 14 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Free</i>	
<i>Effort Expectancy (X2)</i>	208
Lampiran 15 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Free</i>	
<i>Social Influence (X3)</i>	209
Lampiran 16 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Free</i>	
<i>Facilitating Conditions (X4)</i>	210
Lampiran 17 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Free</i>	
<i>Hedonic Motivations (X5)</i>	211
Lampiran 18 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Free</i>	
<i>Price Value (X6)</i>	212
Lampiran 19 Hasil Tabulasi Data Pengguna <i>Free Habit (X7)</i>	213
Lampiran 20 Hasil Uji Validitas <i>Premium</i>	214
Lampiran 21 Hasil Uji Validitas <i>Free</i>	220
Lampiran 22 Hasil Uji Reliabilitas Pengguna <i>Premium</i> dan <i>Free</i>	230
Lampiran 23 Statistik Deskriptif.....	232
Lampiran 24 Hasil Uji Normalitas	233
Lampiran 25 Hasil Uji Homogenitas dan Anova.....	234
Lampiran 26 Hasil Uji <i>T-Test</i>	235
Lampiran 27 Tabel F.....	236
Lampiran 28 Tabel T.....	237

Lampiran 29 Bukti Penyebaran Kuesioner	238
Lampiran 30 Ulasan-Ulasan Pendengar Musik Spotify.....	239
Lampiran 31 Daftar Riwayat Hidup.....	246

