

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

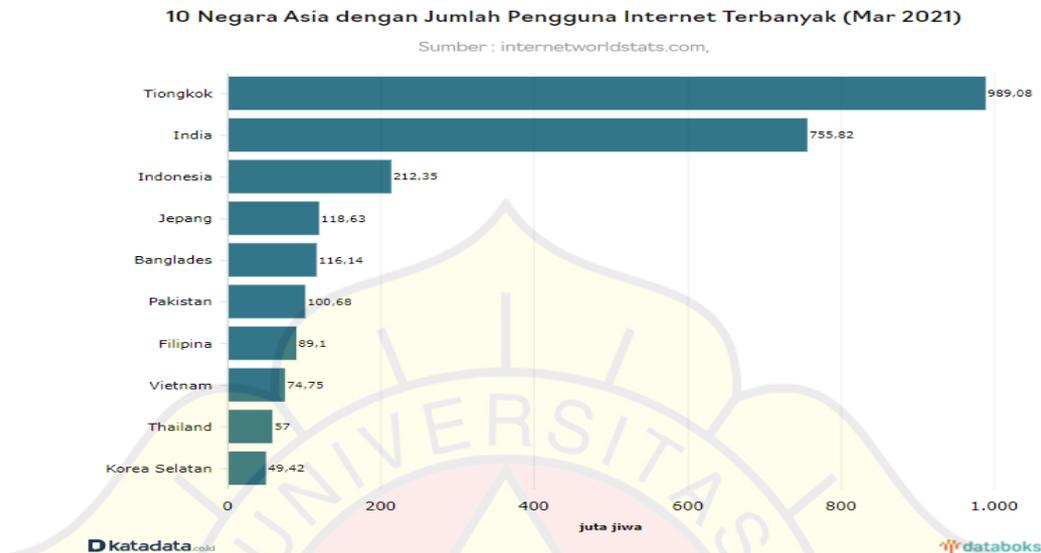
Perkembangan teknologi mempengaruhi berbagai industri dari waktu ke waktu, termasuk industri musik. Pengguna teknologi dapat mempermudah berbagai kegiatan sekaligus gaya hidup masyarakat. Salah satu teknologi yang diminati saat ini adalah aplikasi *music streaming*. Aplikasi *music streaming* adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk mendengarkan musik legal secara *streaming* atau *online*.

Satu hal yang menandai perkembangan pesat adalah internet dan digitalisasi. Hal ini memberikan berbagai kemudahan dan manfaat bagi kehidupan masyarakat, sekaligus mendorong masyarakat untuk beradaptasi dalam menggunakan internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat, survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2020 membuktikan bahwa dari 266,91 juta penduduk Indonesia, 196,71 juta merupakan pengguna aktif internet. Hal ini menjadi pertanda baik bagi perkembangan industri digital, salah satunya adalah industri hiburan, seperti musik, video, dan game.

Kini, dengan perkembangan masyarakat yang semakin modern, semakin banyak pengguna internet yang semakin mendapat perhatian, dan mereka memainkan peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia di seluruh dunia. Internet juga tidak memiliki batasan informasi pada penggunaanya

sehingga sangat membantu memberikan keefektifan dan juga efisiensi. Berikut

10 Negara Asia dengan jumlah pengguna internet terbanyak tahun 2021:



Sumber: [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id)

**Gambar 1.1**  
**10 Negara Asia dengan Jumlah Pengguna**  
**Internet Terbanyak (Maret 2021)**

Dari gambar 1.1 dijelaskan bahwa internet sudah menjadi bagian dari kehidupan sebagian besar penduduk dunia. Dalam hal mencari informasi, bekerja, belanja maupun bersosial media untuk menyapa teman, kerabat maupun keluarga. Berdasarkan data internet worldstats, pengguna internet Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada Maret 2021. Dengan angka tersebut, Indonesia memiliki pengguna internet terbanyak di Asia peringkat ketiga. Yang pertama adalah China, dengan 989,08 juta pengguna Internet. Peringkat kedua adalah India, dengan 77582 juta pengguna Internet. Jepang menduduki peringkat keempat dengan 118,63 juta pengguna internet. Kedua,

Bangladesh menempati urutan kelima dengan 116,14 juta pengguna internet. Pakistan menempati urutan keenam dengan 100,68 juta pengguna internet. Pengguna internet terbesar ketujuh adalah Filipina, dengan 89,1 juta orang. Kemudian, Vietnam menduduki peringkat kedelapan dengan 74,75 juta pengguna internet. Thailand menempati urutan kesembilan dengan jumlah penduduk 57 juta, dan Korea Selatan menempati urutan kesepuluh dengan jumlah penduduk 49,42 juta. Total pengguna internet di Asia mencapai 2,77 miliar dari 4,33 miliar. Jumlah pengguna internet di Asia telah mencapai 53,4% dari 5,17 miliar pengguna internet global (Kusnandar, 2021).

Pesatnya perkembangan internet saat ini telah memberikan dampak yang signifikan terhadap industri musik. Sebelum internet berkembang pesat seperti sekarang ini, masyarakat menggunakan media musik fisik (seperti CD dan kaset) sebagai media untuk mendengarkan musik. Pesatnya perkembangan teknologi industri musik Indonesia telah menyebabkan perubahan besar dalam distribusi musik dari analog/fisik (vinil, kaset, CD) ke musik digital. Dimulai dari era LP pada tahun 1952, memasuki era kaset pada tahun 1960, dan memasuki era CD lagi pada tahun 1980, di era ini teknologi mengubah distribusi musik dalam bentuk *streaming* musik. Melalui teknologi digital khususnya internet, konsumen dapat dengan mudah memperoleh informasi, bahkan dapat mencari, mendengarkan dan *mendownload* lagu yang diinginkan dengan lebih cepat dan praktis dibandingkan dengan membeli CD atau kaset (Chan, 2020).

Digitalisasi mencakup segala hal dalam hidup, termasuk mendengarkan musik. Semakin maju dan berkembangnya bidang teknologi dan kebutuhan manusia, maka semakin besar pula dampaknya terhadap perekonomian dunia. Selain berpotensi menciptakan lapangan kerja, industri jasa *streaming* musik juga berpotensi menjual musik bagi penulis, produser, artis, dan kreator musik itu sendiri. Hal ini terlihat pada konsumen yang saat ini tidak perlu lagi mendengarkan hiburan musik melalui radio, CD, atau kaset. Dengan memilih lagu yang diinginkan konsumen, konsumen dapat memutar dan mendengarkan musik saat ini kapan saja dan di mana saja (Putra, 2019).

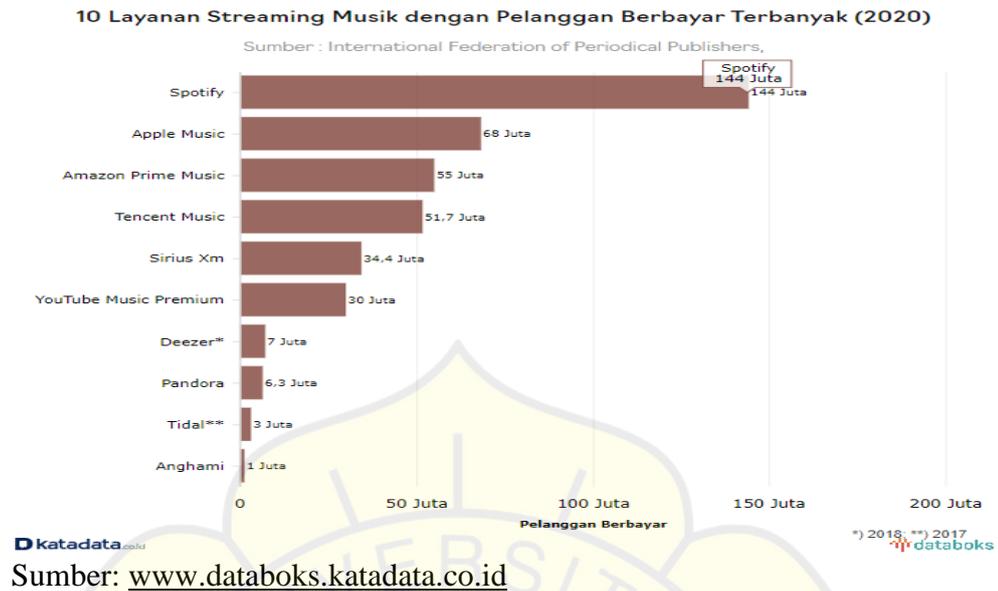
Jika dibandingkan dengan media pemutaran musik sebelumnya, pemutaran musik *streaming* menjadi teknologi yang paling terbaru. Dengan beralih menjadi aplikasi yang tersedia pada ponsel maupun PC secara umum, layanan *streaming* telah meninggalkan jauh teknologi pemutaran musik lama yang tersedia di tahun 90-an, Radio adalah salah satu alat yang masih digunakan sampai sekarang. Tidak hanya untuk mendengarkan musik, namun hingga saat ini radio masih digunakan untuk menyebarkan informasi dan iklan (Salim, 2015).

Layanan musik digital adalah layanan digital yang menyediakan pengguna dengan mendengarkan musik secara *online* atau *streaming*. Orang Indonesia sendiri sudah mulai meninggalkan pembelian CD atau album fisik untuk mendengarkan musik. Saat ini, 88% orang lebih suka mendengarkan musik secara *online*, sementara hanya 12% orang yang mendengarkan musik secara *offline* (Dailysocial, 2018).

Layanan musik digital memiliki keunggulan praktis. Setiap orang yang ingin mendengarkan musik atau lagu harus mengunduh file musik sebelum dapat memutar musik. Kini mereka dapat mendengarkan musik atau lagu selama memiliki aplikasi *streaming* musik dan koneksi internet. Selain itu, mengunduh lagu sesuka hati adalah ilegal karena melibatkan penyalinan tanpa izin dan melanggar hak cipta pemilik musik.

Pesatnya perkembangan industri musik digital Indonesia dalam hal layanan musik digital, ditambah dengan adanya pandemi COVID-19, mendorong berkembangnya industri bisnis digital. Hal ini dikarenakan masyarakat harus berdiam diri di rumah selama masa pandemi, yang berujung pada perlunya peningkatan intensitas hiburan agar tidak bosan di rumah. Menurut laporan riset Statista, per Juni 2020, nilai pasar industri *streaming* musik digital Indonesia selama pandemi adalah Rp2,1 triliun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 28% responden pengguna telah membeli layanan berkualitas (Statista, 2020).

Beberapa perusahaan layanan musik digital kini berkembang di Indonesia, seperti Spotify, Apple Music, Joox, Youtube Music, Amazon Music. Berikut 10 layanan *streaming* musik dengan pelanggan berbayar terbanyak 2020, menurut *Internasional Federation of Periodical Publishers*.



**Gambar 1.2**  
**Layanan *Streaming* Musik dengan Pelanggan Berbayar Terbanyak (2020)**

Dari gambar 1.2 dijelaskan bahwa layanan *streaming* musik asal Swedia, Spotify memiliki 114 juta pelanggan berbayar (*Paid subscriber*) global hingga akhir 2020. Jumlah ini merupakan yang tertinggi di antara layanan sejenis. Pesaing terdekat Spotify adalah Apple Music, yang memiliki 55 juta pengguna, dan *Tencent Music*, yang memiliki 51,7 juta pengguna. Sirius Xm dan *YouTube Music Premium* masing-masing memiliki 34,4 juta dan 30 juta pelanggan (Lidwina.A, 2021).

Spotify adalah salah satu *platform* layanan *streaming* musik yaitu *Bisnis freemium* di Indonesia yang sedang berkembang. Spotify menyediakan layanan *Streaming* musik, lagu, dan *podcast*. Sama seperti *bisnis freemium*, begitu juga Spotify Memberikan layanan berkualitas tinggi dengan berbagai keuntungan dan manfaat diperoleh dalam layanan utama. Pada rilis versi

terbaru aplikasi, pengguna Spotify Versi *non-premium* memiliki akses terbatas ke fitur-fiturnya, seperti ketika tiba-tiba muncul iklan saat mendengarkan musik, tidak dapat mengunduh musik tanpa koneksi internet (*offline*), dan hanya lagu acak yang dapat diputar dalam satu pemain daftar (daftar putar), dan pengguna musik Spotify dapat melakukan segalanya, pembatasan ini dan beberapa fitur tambahan, seperti *streaming* sosial, kualitas suaranya lebih jernih, dan dapat memutar musik di perangkat yang terhubung akun Spotify yang sama (Spotify, 2020).

Spotify memungkinkan pengguna untuk mendengarkan musik dari berbagai aliran musik artis lokal dan luar negeri. Spotify menjadi salah satu aplikasi yang banyak digunakan sebagai *platform* dalam *music streaming*. Semakin bertambahnya pengguna Spotify, pada akhirnya *platform* ini menciptakan *trend* tersendiri yang terus berkembang seiring perkembangan musik dan teknologi. Perkembangan *trend* musik dengan popularitas musik yang berubah-ubah mempengaruhi pembentukan pola pikir masyarakat terhadap preferensi pilihan musik (Maringka, 2021).

Spotify menyediakan model layanan yang terdiri dari dua model berlangganan, yaitu gratis (*free*) dan berbayar (*premium*). Pengguna yang menggunakan layanan *Premium* dan *free* mendapatkan kualitas layanan yang berbeda. Spotify dengan *premium* dapat menghapus iklan, meningkatkan kualitas audio, dan memungkinkan pengguna mengunduh musik untuk dinikmati secara *offline* tanpa menggunakan kuota. Pada saat yang sama,

Spotify yang menyediakan layanan gratis (*free*), tidak dapat menikmati fungsi tersebut (Radhian, 2017).

Tabel perbandingan layanan musik berbayar (*premium*) dan layanan gratis (*free*) pada aplikasi *streaming* musik Spotify.

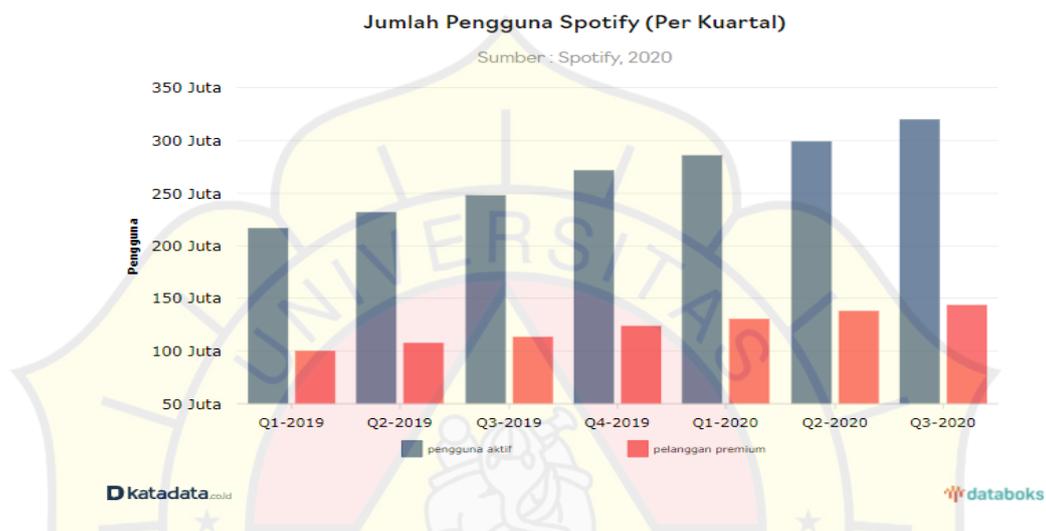
**Tabel 1.1**  
**Perbandingan layanan Musik Spotify**

<b>Spotify Gratis (<i>Free</i>)</b>	<b>Spotify Berbayar (<i>Premium</i>)</b>
Menyediakan akses gratis ke aplikasi Spotify tanpa biaya sama sekali.	Pengguna yang berlanggan <i>premium</i> dikenakan biaya sesuai dengan varian paket <i>premium</i> yang digunakan.
Terdapat iklan dalam bentuk audio, video dan display diantara lima hingga enam lagu dengan durasi waktu iklan sekitar tiga menit diantara satu jam mendengarkan lagu.	<i>Premium</i> menawarkan pengalaman mendengarkan lagu bebas iklan tanpa gangguan.
Setiap musik yang diputarkan akan dilakukan secara acak.	Pengguna bebas memilih lagu favorit tanpa pemutaran acak.
Tidak bisa mendengarkan musik secara <i>offline</i> .	Pengguna dapat mendengarkan musik secara <i>offline</i> tanpa menggunakan kuota.
Menyediakan 96 kbps sebagai <i>bitrate</i> standar untuk seluler dan 160 kbps untuk desktop dan web.	Menyediakan kualitas tinggi untuk desktop dan kualitas tinggi untuk seluler dengan <i>bitrate</i> 320 kbps.

Sumber: <https://www.spotify.com/>

Dari tabel 1.1 dijelaskan bahwa terdapat berbanding antara layanan musik spotify gratis (*free*) dan membayar (*premium*) pada Spotify.

Berikut jumlah pengguna Spotify (Per kuartal) menurut Spotify pada tahun 2020 sebagai berikut:



Sumber: [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id)

**Gambar 1.3**  
**Jumlah Pengguna Spotify**  
**(Per Kuartal 2020)**

Dari gambar 1.3 di atas dijelaskan pada saat Pandemi Covid-19 yang mulai mewabah sejak awal 2020 menjadi pukulan keras bagi industri hiburan dunia, termasuk sektor musik. Sebab para musisi, promotor, dan agensi membantalkan tur dan seluruh performa secara langsung. Tuntutan untuk di rumah saja mampu mendongkrak jumlah penikmat musik digital. Salah satunya ditunjukkan dari laporan per kuartal penyedia musik digital, Spotify yang mengalami peningkatan pengguna aktif. Jumlah pengguna aktif pada triwulan III-2020 sebanyak 320 juta, meningkat 7% dari triwulan sebelumnya.

Pada saat yang sama, jumlah pengguna tingkat lanjut juga meningkat sebesar 4,3%, mencapai 144 juta pengguna. Sebagai penyedia layanan musik digital dengan pelanggan berbayar terbanyak, Spotify menempati urutan teratas. Menurut penelitian *Counterpoint*, mereka menguasai 34% pasar global, diikuti oleh Apple Music, yang menguasai 21% pasar (Pusparisa.Y, 2020)

Selain itu, daftar putar Spotify jauh lebih besar dari pesaingnya Joox. Seperti yang ditunjukkan oleh data Spotify, ini adalah tenaga penjualan yang sangat besar. Spotify memiliki daftar putar lagu yang di sesuaikan untuk *genre*, suasana hati, lagu populer, dan daftar putar campuran harian, yang berisi lagu yang didengarkan pengguna sesuai dengan *genre* lagu. Pengguna tidak hanya dapat mendengarkan secara *offline* tanpa iklan, Spotify dengan fitur-fitur canggih juga memberikan kualitas suara yang lebih baik, dan pengguna dapat dengan bebas memilih lagu favorit tanpa pemutaran acak.

Untuk akun Spotify *free* akan mendapatkan musik dan berbagai fitur dari Spotify secara gratis. Namun, pada akun Spotify *free* setiap musik yang diputar akan dilakukan secara acak. Selain itu, pada akun *free* tidak bisa mendengar lagu Spotify secara *offline*. Jika ingin *next* lagu atau skip lagu hanya terbatas dengan kesempatan 3 kali perhari. Dengan bentuk iklan audio, video, dan display diantara lima hingga enam lagu, dengan lamanya iklan sekitar tiga menit diantara satu jam mendengarkan lagu. Fitur *free* yang ditawarkan oleh Spotify menjadi salah satu pendorong jumlah pengguna Spotify berbayar lebih banyak dibandingkan kompetitor berbayar lainnya,

karena pengguna merasa sudah familiar dengan layanan tersebut dan tidak ragu untuk *upgrade* menjadi *Spotify Premium*.

Layanan *premium* Spotify dapat dibedakan menjadi beberapa varian paket yang dimana dapat dipilih oleh pengguna *free* yang ingin menikmati layanan *premium*. Paket *premium* Spotify tersedia dalam beberapa varian, berikut varian yang tersedia pada paket *Premium* Spotify tahun 2021:

**Tabel 1.2**  
**Varian Paket Musik *Premium* Spotify 2021**

Mini 1 Akun <i>Premium</i>	Rp. 2,500 (Untuk 1 Hari)
Individual 1 Akun <i>Premium</i>	Rp. 54,990 (Untuk 3 Bulan)
<i>Family</i> 6 Akun <i>Premium</i>	Rp. 79,000 (Untuk 1 Bulan)
<i>Duo</i> 2 Akun <i>Premium</i>	Rp. 64.990 (Untuk 1 Bulan)
<i>Student</i> 1 Akun <i>Premium</i>	Rp.24,990 (Untuk 1 Bulan)

Sumber: <https://www.spotify.com/>

Dari tabel 1.2 di jelaskan bahwa terdapat 5 varian paket yang disediakan pada jenis paket *premium* untuk tahun 2021, masing-masing memiliki harga dan ketentuannya yang berbeda, untuk paket Mini dan Individual hanya terbuka bagi pengguna yang belum pernah mencoba *premium*, dan tawaran berakhir pada 31 Desember 2021. Untuk paket *premium Family* dan *Duo* dengan mendapatkan lebih dari satu akun harus merupakan anggota keluarga yang tinggal di alamat yang sama. Spotify menggunakan penelusuran alamat

menggunakan *Google Maps* untuk membantu pengguna menemukan dan menetapkan alamatnya. Lalu untuk paket *premium Student* hanya tersedia untuk mahasiswa perguruan tinggi terakreditasi dengan persyaratan tertentu. Spotify akan menyampaikan perubahan harga kepada pengguna, dan pengguna bisa menerima atau menolak perubahan harga tersebut, sesuai dengan syarat dan ketentuan penggunaan Spotify (Spotify, 2021).

Berdasarkan harga-harga dan varian paket layanan *premium* Spotify diatas, dapat diasumsikan masih tergolong mahal untuk sebuah kebutuhan sekunder masyarakat yaitu kebutuhan untuk *streaming* musik dengan fitur yang lengkap dan bebas. Diketahui bahwa daya beli masyarakat umum, relatif rendah karena produktivitas dibatasi oleh kebijakan pemerintah. Masyarakat lebih mengutamakan untuk membeli kebutuhan primer sehari-hari sedangkan konsumsi untuk membeli layanan *premium* musik digital tergolong kebutuhan sekunder (Dailysocial, 2020).

Berikut contoh iklan yang muncul pada layanan akun gratis (*free*) Spotify saat mendengarkan lagu.



Sumber: Hasil Observasi Peneliti

**Gambar 1.4 Iklan Spotify**

Berikut ulasan pengguna Spotify berdasarkan jenis paket layanan musik gratis (*free*) dan layanan berbayar (*premium*) dari hasil penggunaan Spotify:

**Tabel 1.3**  
**Ulasan Positif Pendengar Musik Spotify Berdasarkan Jenis Layanan Gratis (*free*)**

No	Nama	Tanggapan Positif
1.	Pandu Rizky Putra (15/12/21)	Boleh juga nih app, saya user <i>non-premium</i> tapi nyaman-nyaman aja tidak di persulit.
2.	Masyani Trijayanto (26/11/21)	Spotify beda sama yang lain, mantap! Iklannya juga berkurang. Musiknya ok
3.	Asep Nurul Fauzi (09/11/21)	Dengan Spotify mendengarkan musik favoritmu jadi lebih gampang dan tersedia lirik lagunya, tak hanya itu kita bisa mendengarkan lagu favoritmu secara gratis, ayo <i>download</i> Spotifynya sekarang!!! Dan terimakasih atas jasa layanannya.
4.	Githa_2803 (13/10/21)	App nya bagus tapi kalau mau denger lagu sesuai keinginan harus pake <i>premium</i> , tapi gapapa lewat daily mix jauh lebih mudah dan gratis. Bisa menjelajahi banyak lagu yang belum diketahui. <i>Thank u</i> Spotify.
5.	Ari Ginanjar (29/11/21)	Keren, bisa denger lagu favorit tanpa berlangganan.
6.	Aminah Khalifa (10/11/21)	Bagus banget soalnya kita bisa dengerin lagu untuk belajar dll tapi saya tidak <i>premium</i> jadi saya tidak bisa pilih lagu.
7.	Teddy Kreasi (20/11/21)	Aplikasinya bagus, ga kebanyakan iklan, aku suka karena lengkap.
8.	Achmad Ramdhani (07/10/21)	Sejauh ini apk nya bagus sih, gratis trus musiknya lengkap good.
9.	Oktavianus Orral (23/10/21)	Walaupun punya saya yang gratisan, tetap saya pilih Spotify dr yg lain, sudah

		terbukti kualitasnya.
10.	Wiwik Widaningsih (05/12/21)	Pertama kali <i>download</i> ga nyesel. Banyak lagu favorit tersedia disini, cuman harus selalu on data tapi mantab pokonya.

Sumber : [www.PlayStore.com](http://www.PlayStore.com)

**Tabel 1.4**

**Ulasan Negatif Pendengar Musik Spotify Berdasarkan Jenis Layanan Gratis (*free*)**

No	Nama	Tanggapan Negatif
1.	Vania Purba (05/11/21)	Dimohon agar pengurangan iklan, karena terlalu banyak iklan. Seperti dipaksa menggunakan Spotify <i>premium</i> agar tidak ada iklan dan juga tidak ada lirik dalam semua lagu.
2.	Ahmad Fuzan (07/11/21)	Saya suka menggunakan Spotify. Tetapi saya tak pernah menggunakan yang <i>premium</i> . Iklannya tolong di kurangi, baru juga lewat 2 lagu sudah iklan lagi, ga asik.
3.	Dian Eka Pratiwi (03/11/21)	Yang aku ga suka kalo aku dengerin lagu Spotify selalu di ganggu sama iklan, yang bagus ada, lagu yang aku suka di app musik tidak ada. Semoga tidak ada iklan lagi.
4.	Tiara Ayu (12/10/21)	Spotify sangat membantu untuk saya karena suka dengerin musik tp mohon untuk yang tidak berlangganan iklannya dikurangi, terimakasih.
5.	Laila Husna (04/12/21)	Keren sih Spotify ini, sayangnya buat ngeskip lagu lebih dari 6 perjam ga bisa, harus <i>premium</i> .
6.	Haikal Ahmad (06/12/21)	Banyak iklan, saya terpaksa beli <i>premium</i>

7.	Rizki Nugraha (23/11/21)	Kenapasih harus dibatas kalo mau denger lagu 6x 1 jam, tolong hilangkan fitur nya dong ga bebas denger lagunya.
8.	Rosmanah Ros (28/10/21)	Bagus, kurangi iklannya aja masa iklan 30 detik bisa smpe 4 kali.
9.	Regita Christ (29/10/21)	Terlalu banyak iklan, dan jika berlangganan vip jngn diberi iklan banyak membuat tidak nyaman.
10.	Elyna Lianita (11/10/21)	Tidak bisa mendengarkan lagu yang kita mau pasti di puter lagu yang lain.

Sumber : [www.PlayStore.com](http://www.PlayStore.com)

**Tabel 1.5**

**Ulasan Positif Pendengar Musik Spotify Berdasarkan Jenis Layanan Berbayar (*Premium*)**

No.	Nama	Tanggapan Positif
1.	Rivaldi Dzikri (14/11/21)	Dari semua aplikasi musik berbayar yang paling bagus <i>simple</i> dan <i>recommend</i> ya Cuma Spotify mana langgannya murah makin suka deh sama Spotify!!
2.	Maya Theresia (16/11/21)	Bangus banget si Spotify ini, tampilannya rapih, lagunya juga lumayan lengkap. Ada paket pelajar juga niceee.
3.	Yudha Wira Pratama Abdillah (18/10/21)	Spotify sekarang makin enak lagi, berharap semua lagu disediakan liriknya, karena sekarang masih biasa aja. Dan paling enak ketika mengaktifkan fitur <i>premium</i> sih, engga bisa bohong mantap.
4.	966 Roni (20/11/21)	Kualitas <i>premium</i> lebih bagus suaranya, ga da iklan, keren pokonya!

5.	Niko Yuda Tangmelu (18/11/21)	Beruntung saya pake <i>premium</i> mini jadi akses pembayaran mudah pake ovo, so thank you Spotify i will enjoy the music. you are the best harganya murah lagi 10k 7 hari.
6.	Bebi Calista (05/12/21)	Bagus banget, kalo <i>premium</i>
7.	Jheremya Gaming (22/11/21)	Bisa buka musik kapan saja dan jika kita mendapatkan <i>premium</i> kita bisa mendengarkan secara <i>offline</i>
8.	Karissa Arieza (05/11/21)	Aplikasi favorit banget Spotify ini, enak banget mau dengerin lagu di Spotify pake <i>premium</i> ga ada iklan sama sekali, trs bisa mode <i>offline</i> kalo lagi diluar bosan Spotify <i>offline</i> krn di rumh pake <i>wifi</i> , pokonya Spotify the best deh jangan lupa langgan <i>premium</i> yaah.
9.	Aprilia Lili (05/12/21)	Perpanjang langganan utk 3 bulan awalnya, dan sekarang setelah 3th pakek, aktifkan <i>premium</i> 1 tahun playlist lagu favorite udah ampek ribuan Karena memang sesuka itu!! Suka musik gak perlu repot mikir enaknya dengerin apa, langsung ke playlist yg dipengen spotify akan memutar lagu segunung! spotify paling keceh!! Sering adain promo dong untuk member yang loyal kayak saya
10.	Dewi Alishaputra (06/12/21)	Semua lagu ada dan satu hal yang bikin saya suka sama Spotify pas dengerin lagu tanpa ada iklan.

Sumber : [www.PlayStore.com](http://www.PlayStore.com)

Tabel 1.6

**Ulasan Neaktif Pendengar Musik Spotify Berdasarkan Jenis Layanan Berbayar (*Premium*)**

No	Nama	Tanggapan Negatif
1.	Deni Pangestu (02/12/21)	Membutuhkan proses yang sangat panjang pada saat ingin membeli <i>premium</i>
2.	Kinanthi Quaneisha (01/12/21)	Spotify kok sekarang sering <i>backfree</i> sih? Baru 5 hari <i>premium</i> udah balik ke Spotify <i>free</i> lagi, rugi banget asli, perbaiki lagi dong!
3.	Siti Rindi Getania (21/11/2021)	Saya tidak bisa menggunakan <i>premium</i> saya, padahal pembayaran sudah berhasil dan saya sudah mendapatkan email tanda terima dari Spotify, saya sudah menghubungi cs tapi tidak mendapatkan solusi maaf saya berikan bintang 1 dan mungkin saya tidak akan menggunakan app ini lagi.
4.	Gilang Purnama (02/11/21)	Di promo premium tertulis paket 2 bulan pertama/ Rp. 54,990, bayar la pake pulsa eh malah katanya saldo kartu prabayar anda tidak cukup padahal ada 60k pulsanya, walaupun ada taxesnya pasti masih lebih itu. Mohon di perbaiki yang baik.
5.	Salsabila Hady Ningsih	Spotify saya ga ada liriknya. Padahal yang saya play lagunya itu lagu lama dan

	(28/10/21)	sebelumnya juga ada liriknya, saya juga udah pake premium. Teman-teman disini apa ada yang tau kenapa spotify gitu?
6.	Choirul Anam (06/11/21)	Udah pake <i>premium</i> kok pake mode <i>offline</i> agar bisa didengar saat sedang <i>offline</i> malah ga ada koneksi, padahal sinyalnya bagus.
7.	Lusia Sussy (24/09/21)	Mohon info cara membatalkan <i>premium</i> duo, karena yang serumah dengan saya tetap tidak bisa menikmati <i>premium</i> duonya, dan saya sudah coba cari cara membatalkan <i>premium</i> duo tapi ga bisa juga. Sementara pemotongan terus berlangsung lewat gopay saya. Terimakasih.
8.	Farel Arya (05/10/21)	Tolong berikan kami fitur download dengan kualitas tinggi tanpa <i>premium</i> , saya belum mampu membeli paket <i>premium</i> Spotify.
9.	Derista Agrestiane (20/11/21)	Udah premium tp lirik malah ga muncul, jadi ga perpanjang lg, bingung banget harus gmna tolong dong Spotify bantuan supaya liriknya muncul.
10.	Putri Pertiwi (11/12/21)	Saya mau langganan premiu, yg ditawrkan sama harga pas penagihannya jauh banget, saya udh rela2 ngisi pulsa buat berlangganan padahal.

Sumber :[www.PlayStore.com](http://www.PlayStore.com)

Berdasarkan tabel diatas dari 200 responden ulasan positif dan negatif pengguna Spotify, peneliti hanya mengambil 10 ulasan positif dan 10 ulasan negatif konsumen dengan layanan gratis (*free*) serta 10 ulasan positif dan 10 ulasan negatif dari konsumen dengan layanan berbayar (*premium*) pengguna Spotify dari tanggapan responden mengenai layanan Spotify di Google *Play Store* pada aplikasi Spotify yang mengatakan bahwa aplikasi tersebut masih memiliki sisi positif dan negatif terhadap penggunaan Spotify pada layanan gratis (*free*) dan berbayar (*premium*) sehingga peneliti menarik kesimpulan bahwa masih ada beberapa permasalahan yang dirasakan pengguna saat menggunakan Spotify, maka peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana kelanjutan dari penggunaan layanan gratis (*free*) dan layanan berbayar (*premium*) pada pengguna Spotify.

Ulasan dan tanggapan responden tersebut dapat dijadikan sebuah evaluasi untuk layanan musik di Spotify agar kedepannya lebih baik dan memberikan pelayanan musik yang baik dan menarik, sehingga masyarakat lebih yakin untuk mendengarkan musik dengan kualitas suara yang baik pada layanan musik di Spotify sesuai dengan jenis langganan yang di gunakan.

Perilaku pengguna Spotify dalam memilih sebagian pendengar musik *premium* dan *free* menjadi perhatian dalam penelitian ini. Keputusan seseorang untuk berlangganan secara berbayar (*premium*) atau tidak berbayar (*free*) pada aplikasi Spotify dapat dilihat dari berbagai macam faktor dalam penerimaan suatu teknologi. Faktor-faktor penerimaan suatu teknologi dapat

dilihat pada model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2).

Menurut Venkatesh *et al*, 2012 dalam (Setyoniri dan Meiranto, 2021) menjelaskan bahwa Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) dikembangkan oleh Venkatesh bersama dengan Thong dan Xu pada 2012. Model ini merupakan suatu model yang berasal dari pengembangan model UTAUT yang pada mulanya digunakan untuk menilai perilaku pekerja dalam beradaptasi dengan teknologi yang baru digunakannya. Pengadopsian teknologi yang menjadi fokus dari model UTAUT 2 diperluas dengan menambahkan tiga variabel prediktor baru sebagai bagian dari konsep model sehingga terdapat tujuh variabel yang digunakan yaitu variabel *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (pengaruh sosial), *facilitating condition*, (kondisi memfasilitasi), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), *price value* (nilai harga), serta *habit* (kebiasaan).

Menurut Venkatesh *et al.* (2012) dalam (Harsono & Suryana, 2014) tujuan dari adanya model UTAUT 2 yaitu untuk mengidentifikasi ketiga konsep yang penting dari riset mengenai penggunaan dan penerimaan teknologi yang dipergunakan untuk keperluan umum ataupun untuk para konsumen, mengubah sebagian hubungan yang telah ada pada UTAUT, serta untuk memperkenalkan hubungan-hubungan baru yang terbentuk. Tujuan dari UTAUT 2 juga untuk pengenalan teknologi baru dan membantu memahami

penerimaan untuk pelatihan, pemasaran, dan lain-lain yang di targetkan pada populasi yang mungkin kurang paham menggunakan sistem yang baru.

Terdapat perbedaan pendapat dari beberapa penelitian mengenai jenis langganan musik. Menurut Revi (2017) menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada layanan musik Spotify terhadap *use behavioral intention, performance expectancy dan habit* pada layanan musik Spotify menggunakan model UTAUT 2.

Namun, pada penelitian yang di lakukan oleh Andry (2019) yang membahas mengenai analisis minat mahasiswa dalam mendengarkan aplikasi musik berbayar (*premium*) atau secara gratis (*free*) dengan tujuan untuk mendapatkan hasil mengenai minat mahasiswa dalam mendengarkan musik Spotify berbayar (*premium*) atau secara gratis (*free*). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa hasil penelitian minat pengguna pada aplikasi musik Spotify lebih banyak pengguna dengan minat berbayar (*premium*).

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Amalina (2019) yang membahas tentang industri *streaming* musik yang berkembang dan kompetitif perlu mengetahui faktor niat perilaku dalam layanan *streaming* musik *freemium* yang dapat mempertahankan pengguna gratis (*free*) dan berbayar (*premium*). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa Terdapat perbedaan antara pengguna *free* dan *premium*. Niat perilaku pengguna gratis (*free*) dalam menggunakan Spotify di pengaruhi oleh faktor Kondisi yang memfasilitasi dan kebiasaan. Sedangkan niat perilaku pengguna *premium* Spotify di pengaruhi oleh Motivasi Henonis, Nilai Harga dan Kebiasaan.

Penelitian yang dilakukan Rhajendra (2021) yang membahas tentang analisis sentimen ulasan pada aplikasi spotify untuk peningkatan layanan dengan menggunakan algoritma *Naive Bayes*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi spotify memiliki pendapat dan persepsi negatif atau buruk. Spotify perlu memperbaiki serta meningkatkan kinerja aplikasi untuk meningkatkan kualitas layanannya. Seperti memperbaiki aplikasinya dari keandalan spotify untuk di gunakan, mengurangi iklan dan memberikan diskon paket berlangganan *premium*.

Berdasarkan penjelasan dari penelitian terdahulu diatas, terdapat hasil yang berbeda pada peneliti sebelumnya untuk melihat bagaimana kondisi sebenarnya mengenai tanggapan pendengar musik di Spotify dengan layanan gratis (*free*) dan berbayar (*premium*) terhadap *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)* dilakukan pra-survey dengan menyebarkan kuesioner sementara yang terdiri dari indikator mengenai UTAUT 2 yaitu ekpektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan kepada 30 pendengar musik Spotify yang terbagi menjadi 15 pengguna *free* dan 15 pengguna *premium*.

Berdasarkan penyebaran kuesioner tersebut diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 1.7**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Performance Expectancy***  
**(Ekspektasi Kinerja) pada layanan Berbayar (*Premium*) di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Mendengarkan musik di Spotify sangat bermanfaat untuk keseharian saya.	4,33
2.	Mendengarkan musik di Spotify meningkatkan produktifitas saya.	4,33
3.	Mendengarkan musik di Spotify menyelesaikan pekerjaan saya dengan lebih cepat.	3,86
4.	Mendengarkan musik di Spotify memungkinkan saya untuk merasakan perbandingan kualitas dari aplikasi sebelumnya.	4,16
5.	Mendengarkan musik di Spotify menggunakan Sistem yang dapat meningkatkan efektifitas saya dalam pekerjaan.	3,93
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>4,12</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.7 diatas dijelaskan bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tanggapan responden pendengar musik Spotify terhadap Ekpektasi Kinerja pada layanan berbayar *premium* adalah 4,12.

**Tabel 1.8**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Effort Expectancy***  
**(Ekspektasi Usaha) pada layanan Berbayar (*Premium*) di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Mendengarkan musik di Spotify sangat mudah untuk dipelajari.	4,5
2.	Interaksi saya saat mendengarkan musik di Spotify sangat mudah untuk digunakan.	4,56
3.	Mudah bagi saya untuk memahami cara mendengarkan musik di Spotify.	4,66
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>4,57</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.8 di atas di jelaskan bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tanggapan responden pendengar musik Spotify terhadap Ekspektasi Usaha pada layanan *premium* adalah 4,57.

**Tabel 1.9**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Sosial Influence* (Pengaruh Sosial)**  
**pada layanan Berbayar (*Premium*) di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Orang-orang dilingkungan saya menyarankan untuk menggunakan Spotify untuk mendengarkan musik.	4,13
2.	Saya mendengarkan musik di Spotify karena banyak orang yang menggunakan.	4,03
3.	Orang-orang disekitar saya mendengarkan musik di Spotify karena lebih mengikuti tren.	3,9
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>4,02</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.9 di atas dijelaskan bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tanggapan responden pendengar musik Spotify terhadap Pengaruh Sosial pada layanan *premium* adalah 4,02.

**Tabel 1.10**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Facilitating Condition***  
**(Kondisi Memfasilitasi) pada layanan Berbayar (*Premium*) di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk mendengarkan musik di Spotify.	4,2
2.	Saya bisa mendapat bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan saat mendengarkan musik di Spotify.	3,6
3.	Terdapat tenaga ahli yang dapat membantu apabila saya kesulitan dalam mendengarkan musik di Spotify.	3,4
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>3,74</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.10 di atas dijelaskan bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tanggapan responden pendengar musik Spotify terhadap Kondisi Memfasilitasi pada layanan *premium* adalah 3,74.

**Tabel 1.11**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Hedonic Motivation***  
**(Motivasi Hedonis) pada layanan Berbayar (*Premium*) di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Saya merasa senang saat mendengarkan musik di Spotify.	4,5
2.	Saya merasa terhibur saat mendengarkan musik di Spotify.	4,5
3.	Saya tertarik mendengarkan musik di Spotify.	4,46
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>4,48</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.11 di atas dijelaskan bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tanggapan responden pendengar musik Spotify terhadap Motivasi Hedonis pada layanan *premium* adalah 4,48.

**Tabel 1.12**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Price Value***  
**(Nilai Harga) pada layanan Berbayar (*Premium*) di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Mendengarkan musik di Spotify memiliki kualitas harga sesuai dengan yang ditawarkan.	4,1
2.	Harga paket untuk mendengarkan musik di Spotify terjangkau.	4,0
3.	Saya bersedia untuk membayar seharga yang telah ditetapkan untuk mendengarkan musik di Spotify.	4,26
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>4,12</b>

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 1.12 diatas dijelaskan bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tanggapan responden pendengar musik Spotify terhadap Nilai Harga pada layanan *premium* adalah 4,12.

**Tabel 1.13**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Habit***  
**(Kebiasaan) pada layanan Berbayar (*Premium*) di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Saya sudah terbiasa untuk mendengarkan musik di Spotify.	4,56
2.	Saya merasa harus terus mendengarkan musik di Spotify.	4,43
3.	Saya harus mendengarkan musik di Spotify.	4,36
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>4,45</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.13 di atas dijelaskan bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tanggapan responden pendengar musik Spotify terhadap Kebiasaan adalah 4,5.

Setelah di uraikan di atas mengenai hasil responden pendengar musik di Spotify terhadap pra-survey dengan menyebarkan kuesioner sementara yang terdiri dari indikator terhadap *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yaitu Ekspektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga, dan Kebiasaan kepada 30 pendengar musik di Spotify dengan layanan berbayar (*premium*) di Kota Bekasi dapat dikatakan sangat baik, maka secara keseluruhan rata-rata dari hasil indikator terhadap *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* yaitu Ekspektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga, dan Kebiasaan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.14**

**Tanggapan Keseluruhan Responden Pendengar Musik Spotify dengan layanan berbayar (*Premium*) Terhadap *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) di Kota Bekasi**

<b>Variabel</b>	<b>Pertanyaan terhadap UTAUT 2 pengguna Spotify Gratis (<i>Premium</i>)</b>	<b>Hasil</b>
<i>Performance Expectancy</i> (Ekspektasi Kinerja).	1. Mendengarkan musik di Spotify sangat bermanfaat untuk keseharian saya.	4,12
	2. Mendengarkan musik di Spotify meningkatkan produktifitas saya.	
	3. Mendengarkan musik di Spotify menyelesaikan pekerjaan saya dengan lebih cepat.	
	4. Mendengarkan musik di Spotify memungkinkan saya untuk merasakan	

	perbandingan kualitas dari aplikasi sebelumnya.	
	5. Mendengarkan musik di Spotify menggunakan Sistem yang dapat meningkatkan efektifitas saya dalam pekerjaan.	
<i>Effort Expectancy</i> (Ekspektasi Usaha).	6. Mendengarkan musik di Spotify sangat mudah untuk dipelajari.	4,57
	7. Interaksi saya saat mendengarkan musik di Spotify sangat mudah untuk digunakan.	
	8. Mudah bagi saya untuk memahami cara mendengarkan musik di Spotify.	
<i>Sosial Influence</i> (Pengaruh Sosial)	9. Orang-orang dilingkungan saya menyarankan untuk menggunakan Spotify untuk mendengarkan musik.	4,02
	10. Saya mendengarkan musik di Spotify karena banyak orang yang menggunakan.	
	11. Orang-orang disekitar saya mendengarkan musik di Spotify karena lebih mengikuti tren.	
<i>Facilitating Condition</i> (Kondisi Memfasilitasi)	12. Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk mendengarkan musik di Spotify.	3,74
	13. Saya bisa mendapat bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan saat mendengarkan musik di Spotify.	
	14. Terdapat tenaga ahli yang dapat membantu apabila saya kesulitan dalam mendengarkan musik di Spotify.	
<i>Hedonic Motivation</i> (Motivasi Hedonis)	15. Saya merasa senang saat mendengarkan musik di Spotify.	4,48
	16. Saya merasa terhibur saat mendengarkan musik di Spotify.	
	17. Saya tertarik mendengarkan musik di Spotify.	
<i>Price Value</i> (Nilai Harga)	18. Mendengarkan musik di Spotify memiliki kualitas harga sesuai dengan yang ditawarkan.	4,12
	19. Harga paket untuk mendengarkan musik di Spotify terjangkau.	

	20. Saya bersedia untuk membayar seharga yang telah ditetapkan untuk mendengarkan musik di Spotify.	
<i>Habit</i> (Kebiasaan)	21. Saya sudah terbiasa untuk mendengarkan musik di Spotify.	4,45
	22. Saya merasa harus terus mendengarkan musik di Spotify.	
	23. Saya harus mendengarkan musik di Spotify.	
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>4,22</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.14 dengan memberikan 23 pertanyaan tentang tanggapan responden yang berjumlah 30 responden terhadap Ekpektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga, dan Kebiasaan dari pendengar musik Spotify berbayar (*premium*) maka diketahui bahwa hasil rata-rata yang diperoleh dari responden adalah 4,22 yang artinya pendengar musik Spotify dengan layanan berbayar (*premium*) termasuk dalam kategori sangat baik. Maka dari tujuh variabel *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2(UTAUT2)* yaitu Ekpektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga, dan Kebiasaan memiliki hasil yang sangat baik terhadap pendengar musik di Spotify dengan layanan berbayar (*premium*).

Selanjutnya, dilakukan pra-suevey dengan menyebarkan kuesioner sementara yang terdiri dari indikator mengenai UTAUT 2 yaitu Ekpektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga, dan Kebiasaan kepada 30 pendengar musik Spotify yang menggunakan layanan gratis (*free*) di Kota Bekasi.

**Tabel 1.15**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Performance Expectancy***  
**(Ekspektasi Kinerja) pada layanan Gratis (*free*) di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Mendengarkan musik di Spotify sangat bermanfaat untuk keseharian saya.	3,83
2.	Mendengarkan musik di Spotify meningkatkan produktifitas saya.	3,46
3.	Mendengarkan musik di Spotify menyelesaikan pekerjaan saya dengan lebih cepat.	2,9
4.	Mendengarkan musik di Spotify memungkinkan saya untuk merasakan perbandingan kualitas dari aplikasi sebelumnya.	3,63
5.	Mendengarkan musik di Spotify menggunakan Sistem yang dapat meningkatkan efektifitas dalam pekerjaan saya.	3,23
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>3,41</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 202

Berdasarkan tabel 1.15 di atas dijelaskan bahwa jumlah keseluruhan tanggapan responden pendengar musik Spotify terhadap Ekspektasi Kinerja pada layanan gratis (*free*) adalah 3,41.

**Tabel 1.16**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Effort Expectancy***  
**(Ekspektasi Usaha) pada layanan Gratis (*Free*) di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Mendengarkan musik di Spotify sangat mudah untuk dipelajari.	4,3
2.	Interaksi saya saat mendengarkan musik di Spotify sangat mudah digunakan.	4,13
3.	Mudah bagi saya untuk mendengarkan musik	4,16

	di Spotify.	
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>4,2</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.16 di atas dijelaskan bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tanggapan responden pendengar musik Spotify terhadap Ekspektasi Usaha pada layanan gratis (*free*) adalah 4,2

**Tabel 1.17**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Sosial Influence* (Pengaruh Sosial)**  
**pada layanan Berbayar (*Premium*) di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Orang-orang dilingkungan saya menyarankan untuk mendengarkan musik di Spotify.	3,56
2.	Saya mendengarkan musik di Spotify karena banyak orang yang menggunakan.	3,7
3.	Orang-orang disekitar saya mendengarkan musik di Spotify karena lebih mengikuti tren.	3,56
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>3,61</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.7 di atas dijelaskan bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tanggapan responden pendengar musik Spotify terhadap Pengaruh Sosial pada layanan gratis (*free*) adalah 3,61

**Tabel 1.18**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Facilitating Condition***  
**(Kondisi Memfasilitasi) pada layanan Gratis (*Free*) di Kota Bekasi**

No	Pertanyaan	Hasil
1.	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk mendengarkan musik di Spotify.	3,9
2.	Saya bisa mendapat bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan saat mendengarkan	3,43

	musik di Spotify	
3.	Terdapat tenaga ahli yang dapat membantu apabila saya kesulitan dalam mendengarkan musik di Spotify.	3,1
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>3,47</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.18 di atas dijelaskan bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tanggapan responden pendengar musik di Spotify terhadap Kondisi Memfasilitasi pada layanan gratis (*free*) adalah 3,47

**Tabel 1.19**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Hedonic Motivation***  
**(Motivasi Hedonis) pada layanan Gratis (*Free*) di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Saya merasa senang saat mendengarkan musik di Spotify.	4,00
2.	Saya merasa terhibur saat mendengarkan musik di Spotify.	4,03
3.	Saya tertarik untuk mendengarkan musik di Spotify.	4,23
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>4,08</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.19 di atas dijelaskan bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tanggapan responden pendengar musik Spotify terhadap Motivasi Hedonis pada layanan gratis (*free*) adalah 4,0

**Tabel 1.20**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Price Value***  
**(Nilai Harga) pada layanan Gratis (*Free*) di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Mendengarkan musik di Spotify memiliki kualitas harga sesuai dengan yang ditawarkan.	3,6
2.	Harga paket untuk mendengarkan musik di Spotify terjangkau	3,53
3.	Saya bersedia untuk membayar seharga yang telah ditetapkan untuk mendengarkan musik di Spotify.	3,2
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>3,44</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.20 di atas dijelaskan bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tanggapan responden pendengar musik di Spotify terhadap Nilai Harga pada layanan gratis (*free*) adalah 3,44.

**Tabel 1.21**  
**Tanggapan Responden Pendengar**  
**Musik Spotify Terhadap *Habit***  
**(Kebiasaan) pada layanan Gratis (*Free*) di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Saya sudah terbiasa untuk mendengarkan musik di Spotify.	3,8
2.	Saya merasa harus terus mendengarkan musik di Spotify.	3,43
3.	Saya harus mendengarkan musik di Spotify.	3,43
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>3,55</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.21 di atas di jelaskan bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tanggapan responden pendegar musik di Spotify terhadap Kebiasaan pada layanan gratis (*free*) adalah 3,55

Setelah di uraikan di atas mengenai hasil responden pendengar musik di Spotify terhadap pra-survey dengan menyebarkan kuesioner sementara yang terdiri dari indikator terhadap model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan kepada 30 pengguna musik Spotify yang menggunakan layanan gratis (*Free*) di Kota Bekasi dapat dikatakan cukup baik atau netral, maka secara keseluruhan rata-rata dari tujuh indikator UTAUT 2 yaitu:

**Tabel 1.22**  
**Tanggapan Keseluruhan Responden Pendengar Musik Spotify dengan layanan gratis (*Free*) Terhadap *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) di Kota Bekasi**

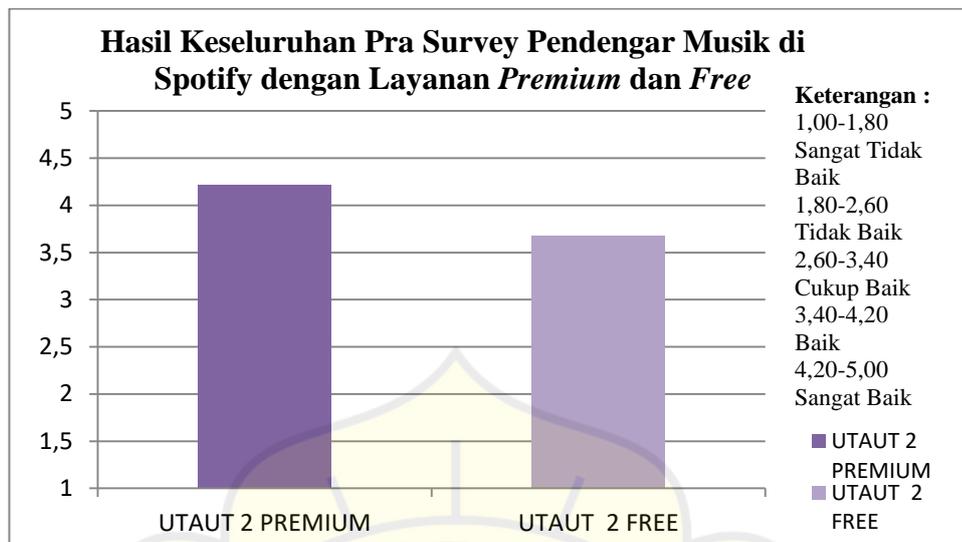
Variabel	Pertanyaan terhadap UTAUT 2 pengguna Spotify Gratis ( <i>free</i> )	Hasil
<i>Performance Expectancy</i> (Ekspektasi Kinerja).	1. Mendengarkan musik di Spotify sangat bermanfaat untuk keseharian saya.	3,41
	2. Mendengarkan musik di Spotify meningkatkan produktifitas saya.	
	3. Mendengarkan musik di Spotify menyelesaikan pekerjaan saya dengan lebih cepat.	
	4. Mendengarkan musik di Spotify memungkinkan saya untuk merasakan perbandingan kualitas dari aplikasi sebelumnya.	
	5. Mendengarkan musik di Spotify menggunakan Sistem yang dapat meningkatkan efektifitas dalam pekerjaan saya.	
<i>Effort Expectancy</i> (Ekspektasi Usaha).	6. Mendengarkan musik di Spotify sangat mudah untuk dipelajari.	4,2
	7. Interaksi saya saat mendengarkan musik di Spotify sangat mudah digunakan.	
	8. Mudah bagi saya untuk mendengarkan	

	musik di Spotify.	
<i>Sosial Influence</i> (Pengaruh Sosial)	9. Orang-orang dilingkungan saya menyarankan untuk mendengarkan musik di Spotify.	3,61
	10. Saya mendengarkan musik di Spotify karena banyak orang yang menggunakan.	
	11. Orang-orang disekitar saya mendengarkan musik di Spotify karena lebih mengikuti tren.	
<i>Facilitating Condition</i> (Kondisi Memfasilitasi)	12. Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk mendengarkan musik di Spotify.	3,47
	13. Saya bisa mendapat bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan saat mendengarkan musik di Spotify	
	14. Terdapat tenaga ahli yang dapat membantu apabila saya kesulitan dalam mendengarkan musik di Spotify.	
<i>Hedonic Motivation</i> (Motivasi Hedonis)	15. Saya merasa senang saat mendengarkan musik di Spotify.	4,08
	16. Saya merasa terhibur saat mendengarkan musik di Spotify.	
	17. Saya tertarik untuk mendengarkan musik di Spotify.	
<i>Price Value</i> (Nilai Harga)	18. Mendengarkan musik di Spotify memiliki kualitas harga sesuai dengan yang ditawarkan.	3,44
	19. Harga paket untuk mendengarkan musik di Spotify terjangkau	
	20. Saya bersedia untuk membayar seharga yang telah ditetapkan untuk mendengarkan musik di Spotify.	
<i>Habit</i> (Kebiasaan)	21. Saya sudah terbiasa untuk mendengarkan musik di Spotify.	3,55
	22. Saya merasa harus terus mendengarkan musik di Spotify.	
	23. Saya harus mendengarkan musik di Spotify.	
	<b>Rata-rata Keseluruhan</b>	<b>3,68</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.22 dengan memberikan 23 pertanyaan tentang tanggapan responden pendengar musik Spotify dengan layanan gratis (*free*) yang berjumlah 30 yang terbagi menjadi 15 pengguna *premium* dan 15 pengguna *free* responden terhadap Ekpektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga, dan Kebiasaan dari pendengar musik Spotify dengan layanan gratis (*free*) termasuk dalam kategori baik. Maka dari tujuh variabel *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2(UTAUT2)* yaitu Ekpektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga, dan Kebiasaan memiliki hasil yang baik terhadap pendengar musik di Spotify dengan layanan gratis (*free*).

Setelah mendapatkan hasil dari pra-survey mengenai tanggapan responden pendengar musik di Spotify dengan layanan berbayar (*premium*) dan pendengar musik di Spotify dengan layanan gratis (*free*) dengan jumlah 30 responden telah mendapatkan hasil rata-rata yang berbeda, hasil dari tanggapan responden Spotify berbayar (*premium*) yaitu 4,22 yang di kategorikan baik dan hasil dari tanggapan responden dengan layanan gratis (*free*) yaitu 3,68 yang di kategorikan netral atau cukup baik, maka hasil keseluruhan pra survey pada penelitian ini mengenai perbandingan layanan musik berbayar (*premium*) dan gratis (*free*) di Spotify dapat di lihat sebagai berikut:



Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

**Gambar 1.5**

**Hasil Keseluruhan Pra-survey**

**Pendengar Musik Spotify pada layanan *Premium* dan *Free***

Berdasarkan gambar 1.5 di atas dijelaskan bahwa hasil keseluruhan pra survey dari 23 pertanyaan dengan jumlah 30 responden menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) dengan faktor Ekpektasi kinerja, Eekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga, dan Kebiasaan. Dilihat dari hasil rata-rata pada layanan *premium* dan *free*. Terdapat perbedaan hasil rata-rata yang berbeda, pada layanan *premium* mendapat hasil rata-rata 4,22 dan untuk layanan *free* mendapat hasil 3,68 Apabila di lihat dari hasil keseluruhan menunjukkan bahwa konsumen lebih tertarik mendengarkan musik di Spotify dengan layanan berbayar (*premium*) dibandingkan dengan layanan gratis (*free*). Maka hasil sementara pada pra-survey penelitian ini menunjukkan bahwa minat pendengar musik di Spotify lebih banyak di minati pada jenis langganan berbayar (*premium*) di bandingkan dengan minat pendengar

musik dengan langganan gratis (*free*). Pada perilaku pendengar musik membayar (*premium*) di pengaruhi oleh faktor ekpektasi usaha, motivasi hedonis dan kebiasaan. Sedangkan perilaku pendengar musik gratis (*free*) di pengaruhi oleh faktor ekpektasi usaha dan motivasi hedonis.

Setelah diuraikan mengenai perbandingan layanan gratis (*free*) dan membayar (*premium*) *streaming* musik Spotify dan beberapa permasalahan yang masih dirasakan pendengar musik di Spotify tentang layanan musik Spotify, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana perbandingan layanan membayar (*premium*) dan layanan gratis (*free*) pada pendengar musik di Spotify menggunakan *model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Sehingga peneliti mengambil judul dalam penelitian ini yaitu

**“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).**

## **1.2 Identifikasi Pembahasan dan Rumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang sebelumnya, maka masalah yang teridentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Perkembangan industri musik digital Indonesia telah berkembang pesat dalam hal layanan musik digital sehingga konsumen dapat memilih

jenis langganan secara gratis (*free*) atau *premium* sesuai dengan kebutuhan dan minat pengguna.

2. Strategi iklan yang ada pada lagu, serta memutar lagu secara acak dan tidak bisa memilih lagu ternyata masih kurang efektif untuk membuat para pengguna Spotify membeli paket fitur *Premium*.
3. Varian pada jenis paket *premium* menjadi pertimbangan pengguna gratis (*free*) yang ingin menikmati layanan *premium*.

## 2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang diuraikan, agar permasalahan pada penelitian ini terfokus dan tidak meluas maka dibutuhkan batasan masalah. Penelitian ini memfokuskan pengkajian mengenai faktor-faktor pada perbandingan antara pendengar musik Spotify pada layanan *Premium* dan *Free* terhadap penerapan teknologi digital. Permasalahan tersebut selanjutnya akan dianalisis dengan pendekatan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Thecnology 2* (UTAUT 2) yang terdiri dari tujuh variabel, Ekpektasi kinerja, Ekpektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga, dan Kebiasaan.

## 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, mengenai Perbedaan layanan Spotify berdasarkan jenis langganan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of*

*Technology* UTAUT 2, maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah:

Bagaimana Perbedaan Ekspetasi Kinerja, Ekspetasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, dan Kebiasaan Pada Jenis Langganan Musik di Spotify dengan layanan gratis (*free*) dan berbayar (*premium*) menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2)?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk Mengetahui Perbedaan Ekspetasi Kinerja, Ekspetasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, dan Kebiasaan Pada Jenis Langganan Musik di Spotify dengan layanan gratis (*free*) dan berbayar (*premium*) menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2).

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini mengenai Perbedaan Layanan Spotify berdasarkan berdasarkan jenis paket menggunakan UTAUT 2, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan mengenai perkembangan dalam bidang teknologi informasi dengan menggunakan model analisis *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2), melalui penelitian ini, dapat diketahui bahwa penelitian ini akan teridentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh

dan seberapa besar pengaruhnya terhadap tingkat penerimaan dan penggunaan layanan Spotify.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai Perbedaan Layanan Spotify berdasarkan Jenis Langganan Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2).

