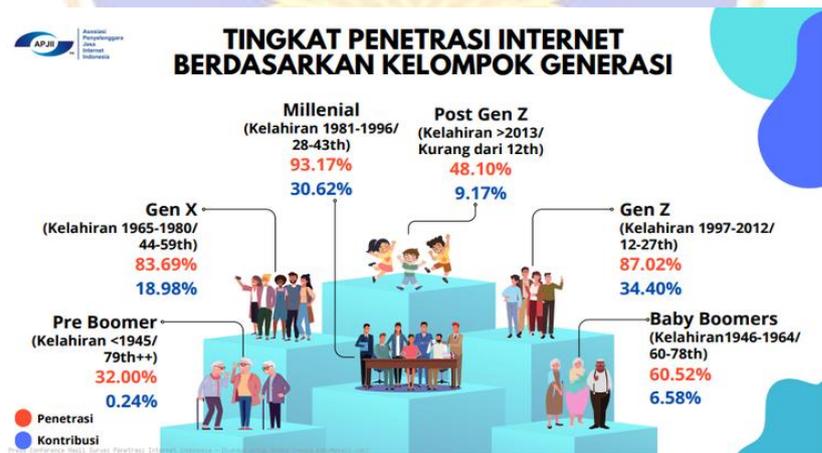


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan Penelitian

Pada zaman terkini, berjalan kematangan terhadap teknologi, informasi, serta komunikasi yang semakin pesat. Hal ini tentu berdampak baik bagi pengguna internet karena dapat memberikan kemudahan dan mendorong masyarakat untuk dapat semakin cermat dalam penggunaan internet. Berlasakan Gambar 1.1 hendak diamati berjalan kematangan terhadap jumlah pengguna internet dan jenis media sosial berkembang menjadi semakin beragam, hal ini dibuktikan pada dapatan penyelidikan dirilis dari APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2024.



Gambar 1.1
Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Kelompok Generasi
(Sumber: Komite.id)

Ditinjau dari laman databoks.co.id yang diakses pada 13 Juni 2024 konten internet amat besar dikenakan dari komunitas Indonesia yakni media sosial persentase segenap 89,15% (media sosial Facebook 68,36% dan Youtube 63,02%), aplikasi *chatting online* 73,86%, aplikasi berbelanja *online* sebesar 14,23%, dan persentase pengguna jaringan demi membentangkan program lagu *daring* segenap 8,49%. Beralaskan dapatan penyelidikan dilangsungkan dari APJII ini maka hendak diringkas mendengarkan lagu secara *online* yakni satu-satunya kesibukan digemari dari pengguna internet di Indonesia.

Kondisi tersebut diperkuat dengan survei yang dilakukan oleh lembaga Populix pada tahun 2023 yang menunjukkan bahwa muatan hiburan lipuran amat besar dijangkau dari komunitas Indonesia melewati wadah elektronik adalah musik, hal ini terjadi karena konten hiburan terutama musik hendak menyerahkan imbas absolut yaitu menumbuhkan kebugaran jasmani, batin, dan sentimental pemirsanya serta dapat menciptakan rasa kohesi atau keterhubungan dengan sosial.

Lahirnya berbagai jenis *platform streaming* musik untuk dapat mengakses segala jenis lagu dengan fleksibel, mudah, dan cepat, menyebabkan banyaknya komunitas Indonesia yang awal melepaskan berbelanja CD. Pecinta nada yang hingga kini masih mengakses alunan musik melalui cakram optik atau rilisan fisik umumnya semata mengharapakan nuansa eksklusivitas dari artefak tersebut, atau menjadikannya sebagai medium apresiatif terhadap seniman musikal yang mereka agungkan. Berlawanan secara diametral, layanan musikal digital tidak semata-mata menyuguhkan kemudahan pragmatis, melainkan juga memungkinkan aplikasi aliran musik ini untuk mengakses dan mengarsipkan tembang secara leluasa

berdasarkan preferensi auditori tanpa harus mencemaskan legitimasi dari konten tersebut.

Disiarkan pada tempo.co ditemui saat jadwal 17 Juli tahun 2024, saat ini banyak sekali *platform streaming* musik yang mulai bermunculan menjadi alternatif-alternatif aplikasi yang memiliki variasi, fitur, dan pengalaman pengguna yang berbeda-beda. Mulai dari Amazon Music, Apple Music, YouTube Music, hingga Spotify, masing-masing aplikasi ini memiliki jumlah pengguna yang tinggi dan terus bertambah setiap tahunnya, sehingga hal ini menunjukkan bahwa persaingan di pasar aplikasi *streaming* musik semakin ketat dan kebutuhan pengguna akan aplikasi *streaming* musik mengalami peningkatan.

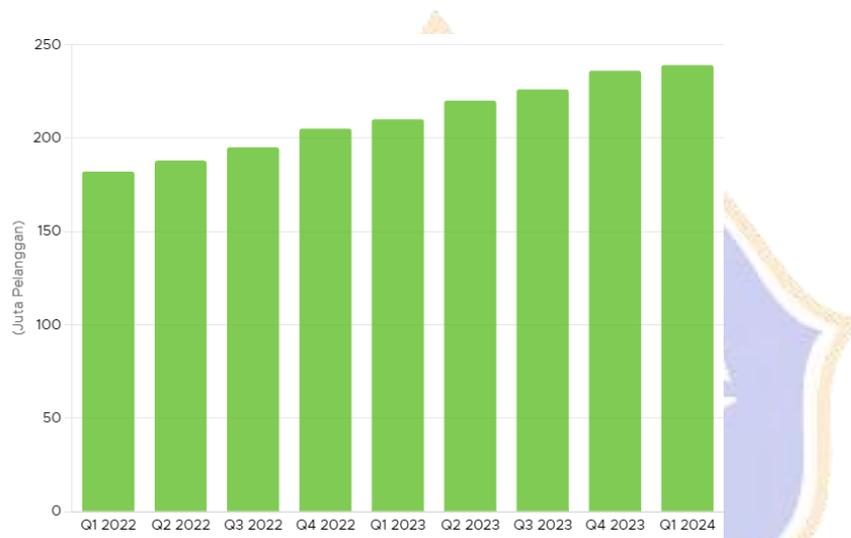
Spotify merupakan aplikasi menonton lagu amat populer di Indonesia, Spotify hadir dan berfungsi selaku formal mulai dari Maret 2016. Spotify menjadi sebetulnya perangkat lagu menyuguhkan kesenangan lagu sah yang dapat diakses selaku *daring* atau menonton dengan rekam jejak mampu mendapat lebih dari 500 juta pengguna dalam 15 tahun. Wadah digital ini turut berfungsi sebagai otoritas distribusi lisensi intelektual secara daring atas karya musikal yang telah dipublikasikan, sehingga komposisi nada yang ditawarkan kepada audiens bersifat otentik dan sah. Di samping itu, para pengguna pun berkesempatan mengeksplorasi pelbagai himpunan tembang dari *Spotify* selaku legal dan terverifikasi. Beralaskan kongsi kajian operasi *Business of Apps*, Spotify berhasil menggapai operasi menonton lagu amat besar diperoleh selaku universal saat tahun 2023, yang tercatat telah diunduh sebanyak 248 juta kali. Disadur kompas.com dijangkau saat jadwal 17 Juli tahun 2024 yang menyatakan bahwa Spotify berhasil menguasai pangsa pasar sebesar 35% dan menunjukkan bahwa Spotify mampu

bersaing serta diminati diantara *platform* layanan musik lainnya. Spotify yang ada di Indonesia menggunakan model bisnis *freemium* yang berarti tidak semua penggunanya membayar untuk dapat mengakses fitur pada *platform* ini, sedangkan layanan premium yang ada pada Spotify lebih mengedepankan keuntungan dari sifat - sifat tak hendak dijangkau atau tak tersedia pada layanan *free*.

Manfaat yang ditawarkan Spotify jika melakukan pembelian premium atau berlangganan adalah Pengguna Spotify Premium dapat menikmati musik tanpa gangguan iklan. Tanpa iklan yang tiba-tiba muncul saat Anda sedang menikmati lagu favorit, pengalaman mendengarkan musik menjadi lebih lancar dan menyenangkan, memungkinkan pengguna demi meraih mutu suara amat apik dengan mengenakan mode “Very High” sehingga musik yang didengarkan akan lebih jernih dan detail. Salah satu fitur paling berguna dari Spotify Premium adalah kemampuan untuk mengunduh lagu dan playlist. Pengguna dapat menyimpan musik di perangkat dan mendengarkannya tanpa koneksi internet. Ini sangat praktis saat pengguna bepergian atau termuat pada lokasi dengan tanda jaringan buruk, istimewa mengizinkan untuk melalui nyanyian sebanyak yang pengguna inginkan dan tidak ada batasan jumlah skip per jam seperti pada akun gratis, pengguna dapat mengakses seluruh katalog musik Spotify dan tidak ada batasan pada lagu-lagu tertentu, album, atau artis, dapat mengeksplorasi berbagai genre dan menemukan musik baru dengan bebas, pengguna dapat mengulangi lagu favorit atau mendengarkan musik secara acak.

Pengguna premium dapat mengakses Spotify di perangkat seluler dengan lebih banyak fleksibilitas dan dapat mengontrol pemutaran dari ponsel pengguna dan mengakses semua fitur dengan mudah, dan Spotify Premium menawarkan

rencana keluarga yang memungkinkan hingga enam anggota keluarga berlangganan dengan harga yang lebih terjangkau. Selain itu, hal menarik yang ditawarkan Spotify tidak hanya ditujukan untuk para pekerja dan keluarga saja namun juga kepada para pelajar, layanan untuk pelajar merupakan paket berlangganan yang memberikan harga murah dengan kualitas terjamin dan pastinya akan dimanjakan dengan fitur-fitur menarik premium ciri khas Spotify.



Gambar 1.2
Pertumbuhan Pelanggan Spotify Premium Global
(Sumber: goodstats.id)

Berdasarkan data pada gambar 1.2 dapat dilihat, Spotify istimewa lanjut merasakan pertumbuhan setelah dilakukan peluncuran pada tahun 2011 lalu. Pada kuartal 2024, Spotify mengungkapkan termuat 239 juta klien Spotify istimewa total itu mengalami kenaikan seputar 14% dibandingkan dengan triwulan satu pada warsa 2023 hanya mencapai 210 juta klien. Spotify juga menyatakan klien premiumnya paling banyak berasal dari negara Eropa yang jumlahnya hingga 38% dari total pelanggan premium di dunia. Di Nusantara, eskalasi pengguna *Spotify* terus mengalami akselerasi seiring meluasnya partisipasi Generasi Z dan Milenial

yang giat berperan sebagai penikmat maupun peramu konten, dengan ekspansi yang tersebar lintas kawasan, tak terbatas di metropolitan Jakarta semata. Pada info dahulu maka hendak diringkas persentase layanan berbayar (Spotify Premium) mengalami peningkatan disetiap tahunnya, hal ini diakibatkan oleh gaya hidup masyarakat terutama Generasi Z dan Milenial yang mulai beralih ke *platform* digital untuk mengakses musik serta semakin seringnya aplikasi Spotify digunakan untuk memutar *playlist* kegemaran.

Jika dihubungkan dengan keputusan pembelian oleh pengguna layanan premium Spotify, menurut Schiffman & Kanuk (2010) mendefinisikan ketetapan berbelanja yakni suatu ketetapan ataupun tindakan dipungut oleh pemesan sebagai bentuk pemilihan untuk berbagai alternatif atau pilihan yang ada. mendefinisikan ketetapan berbelanja klien diimbis oleh 4 unsur yakni kebudayaan, kemasyarakatan, individualitas, dan kejiwaan (Kotler & Keller, 2016). Dari 4 unsur utama mengimbis ketetapan berbelanja hal yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian Spotify premium terletak pada pola hidup yaitu unsur personal dan kumpulan acuan yang termasuk pada unsur pergaulan. Dikutip dari kumparan.com yang diakses pada tanggal 13 Juni tahun 2024 menyatakan bahwa saat ini yang banyak berselancar di dunia digital adalah Generasi Z yang dominan memiliki gaya hidup digital atau dapat dikatakan sebagai pengguna yang melek terhadap teknologi dan lebih memilih kenyamanan akses digital dalam berbagai aspek kehidupan. Generasi ini terbiasa menggunakan internet untuk hiburan, termasuk mendengarkan musik secara *online*. Mereka yang sering melakukan perpindahan tempat atau memiliki mobilitas yang tinggi, seperti mahasiswa yang aktif di luar rumah atau kegiatan kampus juga dimudahkan dengan adanya aplikasi

Spotify karena memberikan kemudahan dengan bisa dinikmati serta diakses kapan saja dan dimana saja.

Kelompok acuan turut berkontribusi dalam penentuan berbelanja sebagai elemen kemasyarakatan. Sumarwan (2020), kelompok acuan yakni sosok atau himpunan individu yang mampu menyerahkan impresi terhadap laku konsumen, seperti sanak, karib, figur publik, maupun pakar, dengan dominasi pengaruh umumnya bersumber dari lingkup paling intim. Generasi Z saat ini umumnya terpengaruh pada teman sebaya, jika teman sebayanya sebagian besar menggunakan Spotify Premium kemungkinan besar akan memicu ketertarikan yang sama untuk mengikuti tren tersebut atau memiliki rasa cemas terabaikan akan mode yang wajar juga bernama dengan FOMO mereka percaya rekomendasi saat teman lebih bisa dipercaya dibandingkan dengan iklan. Generasi ini juga mengikuti rekomendasi dari *influencer* atau *content creator* yang mereka idolakan, jika *influencer* kegemaran mereka memberikan informasi dan rekomendasi sesuatu terkait dengan manfaat berharga dari Spotify Premium, maka hal ini dapat memicu dorongan kepada seseorang untuk mempertimbangkan dan akhirnya melakukan pembelian.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan dengan 50 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang berusia 17 hingga 24 Tahun, didapatkan hasil sebanyak 35 orang tidak menggunakan layanan Spotify Premium atau berlangganan gratis, sedangkan sebanyak 15 orang mahasiswa menggunakan layanan Spotify Premium. Dari 35 orang mahasiswa yang menggunakan layanan gratis beralasan lebih memilih layanan gratis dari Spotify dikarenakan layanan Spotify Premium bukanlah prioritas utama serta bagi mereka layanan gratis saja

sudah cukup memuaskan, disamping itu kebanyakan orang-orang disekitar mereka juga menggunakan Spotify gratis sehingga tidak ada dorongan untuk beralih ke Spotify Premium. Pendapat lain dinyatakan oleh 15 orang mahasiswa yang lebih memilih layanan Spotify Premium, mereka memilih berlangganan dikarenakan ingin mengikuti tren musik saat ini, selain itu layanan premium ini pula dijadikan sebagai penunjang dari aktivitas yang dilakukan, umumnya pengguna Spotify Premium ini memutuskan untuk berlangganan karena merasa terganggu dengan adanya iklan pada saat mereka mendengarkan musik pada *platform* Spotify. Dari survei awal ini, diduga unsur pola berada dan kumpulan acuan menjadi penyebab kebanyakan mahasiswa lebih memilih menggunakan layanan gratis dari pada premium.

Kajian Triadi *et al.* (2021) menjumpai dapatan pola berada berimbang atas ketetapan berbelanja *handphone*, Fadilah *et al.* (2023) menjumpai dapatan pola berada berimbang absolut dan sig. atas ketetapan berbelanja. Berbeda dari kajian mengutarakan pola berada berimbang absolut dan sig., kajian Sheila & Anggarini (2021) menjumpai dapatan pola berada tak berimbang selaku sig. atas ketetapan berbelanja. Adapun kajian Samboro *et al.* (2023) menjumpai hasil dapatan kumpulan acuan berimbang sig. atas ketetapan berbelanja. Sedangkan kajian Anggraini *et al.* (2020) menjumpai dapatan kumpulan acuan berimbang buruk dan tak sig. atas ketetapan berbelanja yang berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya.

Merujuk pada pemaparan terdahulu, riset mengadopsi pola berada dan kumpulan acuan, serta penentuan berbelanja. Penetapan variabel berlandaskan pada kajian-kajian lampau mengindikasikan adanya korelasi atas ketetapan akuisisi

layanan Spotify, namun temuan didapati menggambarkan ketidakkonsistenan sehingga diperlukan pengkajian ulang selaku amat mendalam. Maka, pengkaji terpikat demi memanggul judul **“Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Spotify Premium Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha”**

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Bersandarkan *problem* dahulu, maka hendak dihaturkan yakni;

1. Terjadinya perubahan pola berada saat ini utamanya bidang hiburan digital.
2. Terjadinya peningkatan pada jumlah pengguna Spotify Premium secara global dan di Indonesia.
3. Terjadinya dugaan bahwa jumlah pengguna Spotify Premium pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha lebih sedikit dibandingkan dengan pengguna layanan Spotify gratis.
4. Adanya kesenjangan dari penelitian sebelumnya mengenai gaya hidup dan kelompok referensi atas ketetapan berbelanja.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Beralaskan *problem* dahulu, kajian cuma memusatkan masalah pembelian Spotify Premium pada rentang Tahun 2024, fenomena permasalahan terjadi di lingkungan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, dan permasalahan akan berfokus mengenai variabel pola berada dan kumpulan acuan serta pengaruhnya atas ketetapan berbelanja.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Bersandarkan *problem* dahulu, maka hendak dihaturkan yakni;

1. Apakah gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Spotify Premium pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Spotify Premium pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha?
3. Apakah kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Spotify Premium pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha?

1.5 Tujuan Penelitian

Bersandarkan *problem* dahulu, maka hendak dihaturkan yakni;

1. Menguji pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian Spotify Premium pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Menguji pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Spotify Premium pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Menguji pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian Spotify Premium pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan berbagai macam manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya dalam hal paling berkaitan dengan gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi kepada perusahaan terkait pentingnya menggali lebih dalam peran dari gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

