

ABSTRAK

Farhana Al Mutasimah, Nomor Induk Mahasiswa 152190045, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Persepsi Nilai dan Daya Tarik Promosi terhadap Minat Beli Spotify Premium (Studi pada Mahasiswa Pengguna Layanan Spotify Free di Yogyakarta)”. Dosen Pembimbing Keny Rahmawati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi nilai dan daya tarik promosi terhadap minat beli Spotify Premium. Layanan streaming musik saat ini semakin digemari, dan salah satu strategi perusahaan untuk menarik pengguna adalah dengan menawarkan layanan freemium serta promosi yang menarik. Namun tidak semua pengguna freemium bersedia beralih ke layanan premium, sehingga diperlukan pemahaman lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa pengguna layanan Spotify Free di Yogyakarta. Jumlah sampel penelitian yang digunakan sebanyak 100 responden, yang diperoleh melalui teknik purposive sampling, dengan kriteria responden yang merupakan pengguna Spotify Free. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial dengan analisis regresi linear berganda menggunakan bantuan software SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik persepsi nilai maupun daya tarik promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Spotify Premium. Persepsi nilai dan daya tarik promosi secara simultan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Spotify Premium. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi strategi pemasaran Spotify dalam meningkatkan konversi pengguna layanan gratis menjadi pelanggan premium.

Kata kunci: Persepsi Nilai, Daya Tarik Promosi, Minat Beli, Spotify Premium