

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN DATA	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Landasan Teori	16
B. Penelitian Terdahulu.....	38
C. Hubungan Antar Variabel	47
D. Kerangka Pemikiran.....	52
E. Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Rancangan Penelitian	55
B. Objek dan Waktu Penelitian	55
C. Populasi	56
D. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	56
E. Jenis Data Penelitian.....	58
F. Prosedur Pengambilan Data	59

G. Klasifikasi Variabel Penelitian	61
H. Definisi Operasional Variabel	61
I. Uji Instrumen	63
J. Teknik Analisis Data.....	65
K. Uji Hipotesis.....	66
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	69
A. Analisis Deskriptif.....	69
B. Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Sosial Media di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Spotify pada Kuartal Pertama 2025.....	6
Gambar 1. 3 Diagram Hasil Pra-Survei Aplikasi Streaming Musik yang Paling Populer pada Mahasiswa Generasi Z di Yogyakarta.....	8
Gambar 1. 4 Fitur Spotify Wrapped.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	52



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu.....	38
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	56
Tabel 3. 2 Skor Jawaban Kuisisioner.....	60
Tabel 3. 3 Kategorisasi Interval Variabel	60
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel	62
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	69
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan Mahasiswa ...	71
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Lama Penggunaan Spotify.....	72
Tabel 4. 5 Penilaian Variabel Artificial Intelligence	73
Tabel 4. 6 Penilaian Variabel Personalized Marketing.....	74
Tabel 4. 7 Penilaian Variabel Customer Experience	74
Tabel 4. 8 Penilaian Variabel Customer Loyalty.....	75
Tabel 4. 9 Hasil Regresi Linier Berganda	76
Tabel 4. 10 Hasil Uji F	78
Tabel 4. 11 Hasil Uji t	80
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi	83

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUISIONER.....	98
LAMPIRAN II REKAPITULASI DATA 30 RESPONDEN.....	104
LAMPIRAN III UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	110
LAMPIRAN IV REKAPITULASI DATA 100 RESPONDEN	116
LAMPIRAN V ANALISIS DESKRIPTIF RESPONDEN.....	135
LAMPIRAN VI ANALISIS KUANTITATIF	139

