

ABSTRAK

Rifki Maulana Al Hajj (1219240180) “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK TERHADAP MINAT PEMBELIAN PAKET PREMIUM APLIKASI *STREAMING* MUSIK SPOTIFY PADA GEN Z DI KOTA BANDUNG”

Transformasi digital telah mengubah pola konsumsi musik masyarakat Indonesia dari media fisik menuju layanan *streaming* digital. Data Hootsuite dan We Are Social (2025) menunjukkan penetrasi internet Indonesia mencapai 74,6% dengan 212 juta pengguna, di mana rata-rata pengguna menghabiskan 1 jam 31 menit untuk *streaming* musik. Industri *streaming* musik Indonesia mencatat pertumbuhan signifikan dengan nilai pasar USD 280 juta pada 2023 dan proyeksi mencapai US\$339,70 juta pada 2027. Generasi Z, yang merepresentasikan 27,94% populasi Indonesia, menjadi segmen kunci dengan preferensi musik beragam namun menunjukkan paradoks: meskipun 85,7% mengonsumsi musik 1-3 jam per hari, hanya 14,3% yang berlangganan layanan premium.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga dan kualitas layanan elektronik terhadap minat pembelian paket premium Spotify pada Gen Z di Kota Bandung. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel 100 responden Gen Z pengguna Spotify di Kota Bandung melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian dengan nilai t hitung $4,322 > t$ tabel $1,983495$; dan nilai sig. $0,001 < 0,05$ dengan koefisien regresi $0,332$, mengindikasikan setiap peningkatan satu satuan persepsi positif harga meningkatkan minat pembelian sebesar $0,332$ satuan atau $33,2\%$. Kualitas layanan elektronik juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung $6,051 > t$ tabel $1,983495$; dan nilai sig. $0,001 < 0,05$ dengan koefisien $0,197$, mengindikasikan setiap peningkatan satu satuan kualitas layanan elektronik akan meningkatkan minat pembelian sebesar $0,197$ satuan atau $19,7\%$. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan dengan F hitung $134,742 > F$ tabel $3,09$ dan kemampuan menjelaskan $72,4\%$ variasi minat pembelian.

Temuan ini mendukung *Economic Value Theory* dan *Technology Acceptance Model*, menunjukkan Gen Z mengevaluasi harga sebagai indikator kualitas (*price-quality signaling*) dan mengutamakan kualitas layanan elektronik yang superior. Korelasi kualitas layanan elektronik-minat pembelian ($r=0,822$) lebih tinggi dibanding harga-minat pembelian ($r=0,792$), mengindikasikan Gen Z sebagai *digital natives* memiliki ekspektasi tinggi terhadap *user experience*. Persamaan regresi $Y = 0,409 + 0,332X_1 + 0,197X_2$ menunjukkan harga memiliki pengaruh dominan, namun kualitas layanan elektronik menunjukkan pengaruh yang lebih konsisten dan stabil.

Kata kunci: Harga, Kualitas Layanan Elektronik, Minat Pembelian, Spotify Premium, Gen Z