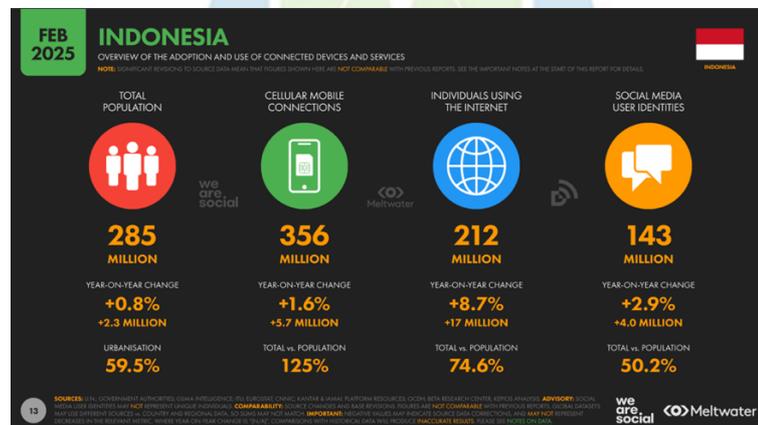


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan sistem informasi dan teknologi telah membawa perubahan fundamental dalam tingkah laku dan pola hidup masyarakat. Internet, sebagai infrastruktur utama dalam era digital, menjadi bagian integral dalam aktivitas sehari-hari masyarakat Indonesia. Transformasi ini tidak hanya mempengaruhi cara individu mengakses informasi, tetapi juga mengubah preferensi konsumsi, pola interaksi sosial, dan gaya hidup secara keseluruhan. Tingginya mobilitas dan intensitas penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari menunjukkan bahwa teknologi digital telah menjadi elemen tak terpisahkan dalam masyarakat modern.



Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2025

Besarnya dampak transformasi digital ini tercermin dari data terbaru dari Hootsuite dan We Are Social (2025) yang menunjukkan bahwa total pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212 juta orang, setara dengan 74,6 persen dari seluruh populasi. Angka ini menunjukkan penetrasi internet yang sangat tinggi, dengan perangkat *mobile* yang terhubung mencapai 356 juta unit atau 125 persen

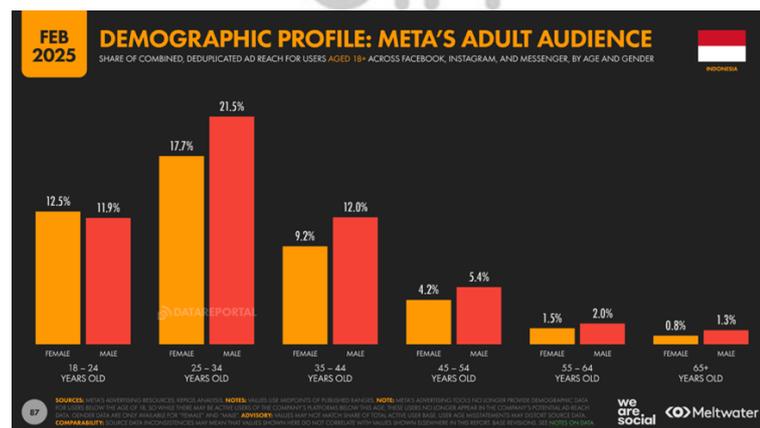
dari total populasi, mengindikasikan bahwa banyak individu memiliki lebih dari satu perangkat *mobile*. Selain itu, jumlah pengguna media sosial mencapai 143 juta jiwa atau 50,2 persen dari total populasi, dengan rata-rata pengguna internet menghabiskan waktu selama 7 jam 22 menit per hari untuk aktivitas online, yang terdiri dari 3 jam 8 menit untuk media sosial dan 1 jam 31 menit khusus untuk *streaming* musik.

Perkembangan konektivitas internet global ini telah mendorong pesatnya kemajuan teknologi digital dan menciptakan ekosistem digital yang semakin kompleks. Masyarakat kini lebih mengandalkan internet dalam berbagai kegiatan harian, mulai dari edukasi, pekerjaan, komunikasi, hingga hiburan. Perubahan ini menciptakan pola perilaku konsumen baru yang menuntut efisiensi, kemudahan, kecepatan, dan personalisasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam konsumsi konten hiburan digital seperti musik melalui platform *streaming*.

Transformasi industri musik dari media fisik seperti kaset dan *compact disc* (CD) ke layanan *streaming* digital telah menciptakan revolusi dalam cara masyarakat mengonsumsi musik. *Platform streaming* tidak hanya menawarkan kemudahan akses yang memungkinkan pengguna mengakses ribuan lagu kapan saja tanpa perlu menyimpan media fisik, tetapi juga menyediakan fitur personalisasi melalui algoritma rekomendasi, *playlist* yang dapat disesuaikan, dan pengalaman mendengarkan yang lebih interaktif. Momentum pertumbuhan ini semakin diperkuat oleh perkembangan industri *streaming* musik Indonesia yang mencatat pertumbuhan ekspresif. Dengan nilai pasar mencapai USD 280 juta pada tahun 2023 dan proyeksi pertumbuhan annual sebesar 4,28 persen hingga 2027, industri

ini menunjukkan potensi ekonomi yang sangat besar. Pasar Musik *Streaming* di Indonesia diproyeksikan tumbuh dengan volume pasar mencapai US\$339,70 juta pada tahun 2027. Pertumbuhan ini tidak hanya didorong oleh faktor teknologi, tetapi juga oleh perubahan fundamental dalam preferensi konsumen yang mengutamakan kemudahan akses, personalisasi konten, dan eliminasi kebutuhan penyimpanan fisik.

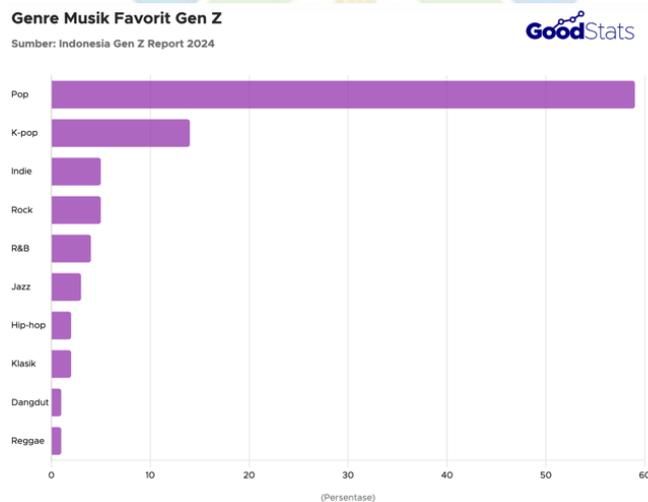
Dalam konteks demografis, Generasi Z menjadi kekuatan penggerak utama transformasi digital ini. Sebagai kelompok demografis yang lahir antara 1997-2012, Gen Z merepresentasikan generasi pertama yang tumbuh sepenuhnya di era digital. Konsep *digital native* yang dikemukakan oleh Prensky (2001) menggambarkan Gen Z sebagai generasi yang memiliki kemampuan adaptasi teknologi superior, ekspektasi tinggi terhadap *user experience*, dan toleransi rendah terhadap gangguan dalam layanan digital. Karakteristik ini membedakan mereka secara fundamental dari generasi sebelumnya dalam hal pola konsumsi dan pengambilan keputusan.



Gambar 1. 2 Usia Pengguna Media Sosial di Indonesia

Signifikansi demografis Gen Z di Indonesia tidak dapat diabaikan. Berdasarkan sensus yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun

2020, Gen Z menguasai porsi yang signifikan dari populasi Indonesia, yaitu sekitar 74,93 juta jiwa atau setara dengan 27,94 persen dari total populasi Indonesia (2023). Angka ini mengindikasikan peran yang sangat signifikan dari Gen Z dalam membentuk tren dan perilaku digital di masa mendatang, tidak hanya sebagai konsumen tetapi juga sebagai penggerak inovasi dalam berbagai sektor industri digital. Dalam konteks penggunaan media sosial dan platform digital, data dari Hootsuite dan We Are Social (2025) menunjukkan bahwa Gen Z dan Milenial mendominasi lanskap digital Indonesia. Kelompok usia 25-34 tahun tetap menjadi dominan dari tahun ke tahun, diikuti oleh kelompok usia 18-24 tahun yang merepresentasikan sebagian besar Gen Z.

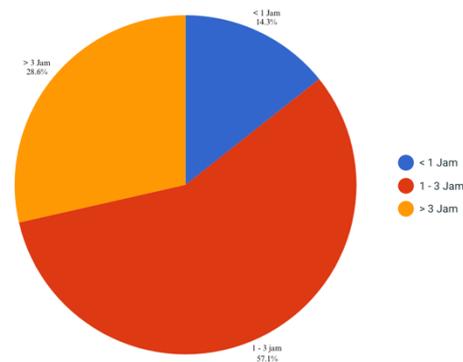


Gambar 1. 3 Genre Musik Favorit Gen Z di Indonesia Tahun 2024

Preferensi musik Gen Z di Indonesia menunjukkan keberagaman yang menarik dengan dominasi musik Pop yang mencapai hampir 60 persen, diikuti oleh K-pop dengan sekitar 15 persen, serta genre lain seperti Indie dan Rock masing-masing 7 persen, R&B, Jazz, Hip-hop, Klasik, Dangdut, dan Reggae dengan persentase di bawah 5 persen (2024). Keberagaman preferensi musik ini

mengindikasikan adanya potensi pasar yang sangat besar untuk layanan *streaming* musik premium, di mana akses ke berbagai genre musik dengan kualitas audio yang lebih baik menjadi nilai tambah yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

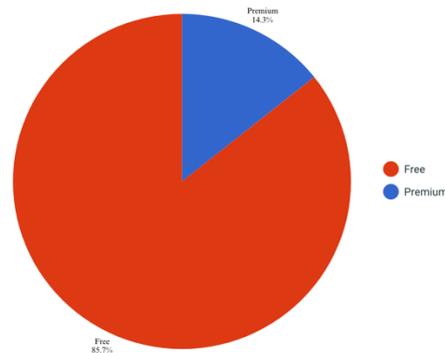
Durasi Pengguna Spotify



Gambar 1. 4 Durasi Mendengarkan Musik Gen Z

Intensitas konsumsi musik di kalangan Gen Z menunjukkan pola yang menarik dan mencerminkan paradoks dalam perilaku konsumen digital. Hasil pra survey yang dilakukan peneliti terhadap Gen Z di Kota Bandung mengungkapkan bahwa musik telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari mereka, dengan mayoritas responden yaitu sebesar 57,1% menghabiskan waktu 1-3 jam per hari untuk mendengarkan musik, bahkan 28,6% responden menghabiskan lebih dari 3 jam per hari, sementara hanya 14,3% yang mendengarkan musik kurang dari 1 jam per hari. Tingginya durasi konsumsi musik ini seharusnya berkorelasi positif dengan adopsi layanan premium yang menawarkan pengalaman mendengarkan tanpa gangguan iklan dan kualitas audio yang lebih baik.

Status Pengguna Spotify:

**Gambar 1. 5 Status Spotify Gen Z**

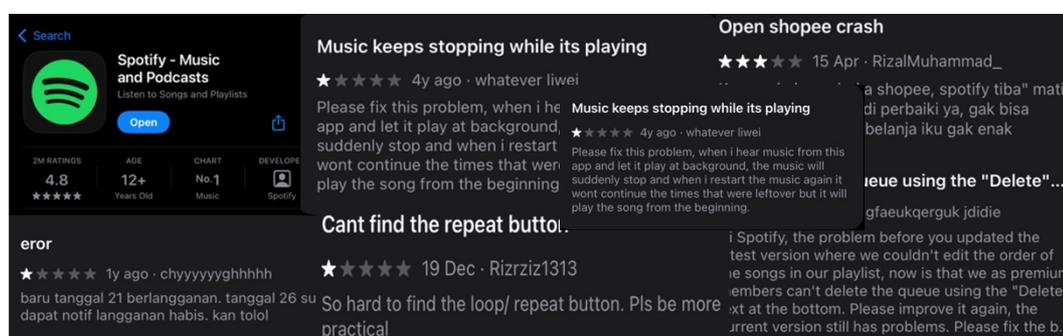
Namun, realitas menunjukkan fenomena yang kontradiktif. Hasil lebih lanjut dari pra survey yang dilakukan menunjukkan bahwa dalam hal status penggunaan Spotify, meskipun intensitas konsumsi musik sangat tinggi, mayoritas Gen Z yaitu sebesar 85,7%, masih bertahan menggunakan layanan gratis dengan segala keterbatasannya, sementara hanya 14,3% yang beralih ke layanan premium atau berlangganan. Kesenjangan yang signifikan antara tingginya kebutuhan konsumsi musik dengan rendahnya tingkat konversi ke layanan premium ini mencerminkan adanya faktor-faktor kompleks yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Dalam konteks minat pembelian layanan *streaming* musik premium di kalangan Gen Z, terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen. Namun, berdasarkan karakteristik Gen Z sebagai *digital native* dan pola konsumsi digital mereka, dua faktor utama yang diduga memiliki pengaruh signifikan adalah harga dan kualitas layanan elektronik.

Harga merupakan determinan utama dalam keputusan pembelian Gen Z yang umumnya memiliki keterbatasan finansial namun memiliki ekspektasi tinggi terhadap *value for money*. Konsumen akan membandingkan manfaat yang

diperoleh dengan pengorbanan finansial yang harus dilakukan. Industri *streaming* musik menggunakan model freemium, di mana layanan dasar gratis memiliki keterbatasan seperti adanya iklan, kualitas audio yang terbatas sedangkan layanan premium berbayar memberikan akses penuh tanpa iklan dan fitur tambahan seperti download offline. Spotify menawarkan berbagai paket berlangganan, seperti Mini dengan harga Rp10.700/minggu, Individual dengan harga Rp54.900/bulan, Student Rp27.900/bulan, dan Family Rp86.900/bulan. Strategi ini mengakomodasi keberagaman kemampuan finansial Gen Z yang sebagian besar masih pelajar atau pekerja *entry level*.

Sementara itu, kualitas layanan elektronik adalah kualitas layanan elektronik yang dapat memudahkan dan mengefisienkan penggunaan produk dan layanan. Dalam platform *streaming* musik, ini mencakup kemudahan penggunaan *interface*, kecepatan loading, kualitas audio, stabilitas sistem, dan keamanan data. Gen Z memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas layanan digital dan toleransi rendah terhadap gangguan teknis. Kualitas layanan yang baik tidak hanya mempengaruhi kepuasan pengguna layanan gratis, tetapi juga menjadi pertimbangan utama untuk upgrade ke layanan premium.



Gambar 1. 6 Ulasan dan Penilaian Aplikasi Spotify di AppStore

Meskipun layanan *streaming* musik premium menawarkan berbagai keunggulan, masih terdapat berbagai masalah yang dapat mempengaruhi kepuasan dan minat beli konsumen. Beberapa pengguna mengeluhkan masalah teknis seperti aplikasi yang sering mengalami *lag* atau error, fitur-fitur yang tidak berfungsi dengan baik, dan pengalaman pengguna yang tidak optimal. Keluhan ini mencerminkan adanya gap antara ekspektasi Gen Z terhadap kualitas layanan digital dengan realitas yang mereka alami.

Selain masalah teknis, isu keamanan data pengguna juga menjadi perhatian serius. Pada tahun 2020, Spotify melakukan penggantian *password* massal setelah terdeteksinya kebocoran 350 ribu akun Spotify di internet (2020). Insiden ini melibatkan lebih dari 380 juta catatan data yang tidak terenkripsi dan dapat diakses secara online, termasuk kredensial login serta informasi pribadi pengguna seperti alamat email, identitas, dan lokasi. Masalah keamanan data seperti ini dapat berdampak signifikan pada kepercayaan dan ketertarikan konsumen dalam menggunakan layanan premium. Penelitian terdahulu mengenai pengaruh harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap minat beli menunjukkan hasil yang beragam dan kontradiktif.

Penelitian Shela Fitriani (2022) menemukan bahwa harga dan kualitas layanan elektronik berpengaruh signifikan terhadap minat beli paket premium Spotify. Sebaliknya, penelitian Bagus Satriyo, Yeni Indriana, dan Musalim Ridlo (2021) mengungkapkan bahwa kualitas layanan elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan

perlunya kajian lebih mendalam untuk memahami dinamika yang sebenarnya terjadi.

Mengingat dominasi Gen Z sebagai *digital native* dengan ekspektasi tinggi terhadap keandalan dan kemudahan penggunaan aplikasi digital, serta mengingat karakteristik demografis Kota Bandung yang didominasi oleh generasi muda, penting untuk memahami secara mendalam bagaimana harga dan kualitas layanan elektronik mempengaruhi minat pembelian paket premium aplikasi *streaming* musik di kalangan Gen Z di kota ini. Penelitian ini menjadi sangat penting dilakukan mengingat besarnya potensi pasar Gen Z di Kota Bandung dan adanya kesenjangan antara tingginya konsumsi musik dengan rendahnya konversi ke layanan premium.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Minat Pembelian Paket Premium Aplikasi *Streaming* Musik Spotify Pada Gen Z Di Kota Bandung"**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Perkembangan Teknologi dan Perubahan Perilaku Konsumen

Perkembangan teknologi digital mendorong pergeseran konsumsi musik dari media fisik ke layanan *streaming*. Meski Gen Z di Kota Bandung memiliki intensitas tinggi dalam mendengarkan musik, namun tingkat langganan Spotify

Premium masih rendah. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai pengaruh harga dan kualitas layanan elektronik terhadap minat pembelian paket premium.

2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Pembelian

Sebagian besar Gen Z di Kota Bandung masih menggunakan Spotify versi gratis, meskipun intensitas mendengarkan musik mereka tinggi. Hal ini menunjukkan perlunya kajian mengenai pengaruh persepsi harga terhadap minat berlangganan paket premium.

3. Pentingnya Kualitas Layanan Elektronik dalam Layanan *Streaming* Musik

Gen Z memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas layanan digital. Keluhan teknis dan isu keamanan pada Spotify dapat menurunkan minat beli, sehingga perlu diteliti pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap minat pembelian.

4. Kesenjangan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh harga dan kualitas layanan elektronik terhadap minat beli. Perbedaan temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan yang perlu diteliti lebih lanjut, khususnya pada konteks Gen Z pengguna Spotify di Kota Bandung.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap minat pembelian paket premium aplikasi *streaming* musik spotify pada Gen Z di Kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan elektronik secara parsial terhadap minat pembelian paket premium aplikasi *streaming* musik spotify pada Gen Z di Kota Bandung?

3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas layanan elektronik secara simultan terhadap minat pembelian paket premium aplikasi *streaming* musik spotify pada Gen Z di Kota Bandung?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap minat pembelian paket premium aplikasi *streaming* musik spotify pada Gen Z di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan elektronik secara parsial terhadap minat pembelian paket premium aplikasi *streaming* musik spotify pada Gen Z di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas layanan elektronik secara simultan terhadap minat pembelian paket premium aplikasi *streaming* musik spotify pada Gen Z di Kota Bandung

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Peneliti

Studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai apakah harga dan kualitas layanan elektronik dapat mempengaruhi minat pembelian paket premium aplikasi *streaming* musik spotify pada Gen Z di Kota Bandung, serta memperdalam pengetahuan peneliti dalam bidang pemasaran digital.

b. Bagi Universitas

Studi ini diharapkan dapat berkontribusi dan menjadi referensi dalam upaya pengembangan ilmu pengetahuan mata kuliah terkait pemasaran digital, serta dapat meningkatkan reputasi akademik jurusan dan universitas.

c. Bagi Perusahaan

Studi ini diharapkan dapat memberikan landasan teoritis yang dapat digunakan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam industri *streaming* musik. Hasil penelitian dapat memperkaya literatur mengenai strategi penetapan harga dan pengembangan kualitas layanan digital yang efektif untuk target pasar generasi Z, serta memberikan perspektif baru dalam pengembangan teori pemasaran digital.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Studi ini diharapkan dapat memberikan *insight* yang bermanfaat untuk pengembangan strategi pemasaran dan penetapan harga yang lebih efektif untuk paket premium Spotify.

b. Bagi Pemerintah

Studi ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dalam memahami tren konsumsi musik digital di kalangan generasi muda, khususnya di Kota Bandung. Pemahaman ini dapat membantu pemerintah dalam mengembangkan kebijakan yang mendukung pertumbuhan industri musik digital di Indonesia.

c. Pengguna Spotify

Studi ini diharapkan dapat membantu konsumen memahami nilai dan manfaat dari layanan premium aplikasi *streaming* musik, sehingga dapat membuat keputusan pembelian yang lebih *informative*. Hasil penelitian juga dapat memberikan gambaran mengenai standar kualitas layanan yang dapat mereka harapkan dari penyedia layanan *streaming* musik, serta membantu konsumen dalam mengevaluasi kesesuaian harga dengan manfaat yang ditawarkan.

