



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN PADA *SPOTIFY*
PREMIUM STUDENT DALAM MENINGKATKAN MINAT
BELI MAHASISWA (UNIVERSITAS MERCU BUANA)**

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
ATHIYA JASMINE
44320010053

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Nama : Athiya Jasmine
NIM : 44320010053
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Promosi Penjualan pada *Spotify Premium Student* dalam Meningkatkan Minat Beli Mahasiswa (Universitas Mercu Buana)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.



Jakarta, 2 Februari 2024



Athiya Jasmine

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Athiya Jasmine
NIM : 44320010053
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Promosi Penjualan pada *Spotify Premium Student* dalam Meningkatkan Minat Beli Mahasiswa (Universitas Mercu Buana)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:


Pembimbing 1 : Berliani Ardha, M.Si
NIDN : 0324067302
Ketua Penguji : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom
NIDN : 0326089202
Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom
NIDN : 0330019002

()
()
()

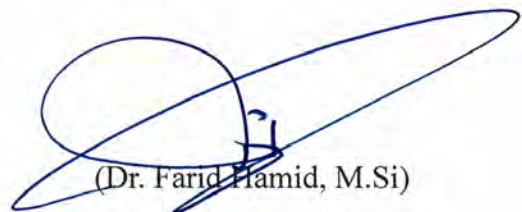
UNIVERSITAS
Jakarta, 02 Februari 2024
Mengetahui,
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Promosi Penjualan pada *Spotify Premium Student* dalam Meningkatkan Minat Beli Mahasiswa (Universitas Mercu Buana)". Proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Berliani Ardha, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi dari awal hingga selesai.
2. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom., selaku Ketua Sidang yang telah menyempatkan waktunya untuk hadir pada sidang akhir peneliti dan memberikan saran untuk penelitian Tugas Akhir peneliti.
3. Bapak Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom., selaku Dosen Penguji Ahli yang telah hadir membantu peneliti dalam menguji dan memberikan saran pada Tugas Akhir peneliti.
4. Bapak Prof. Dr.. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada peneliti dalam penelitian skripsi ini.
7. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D., selaku Sekretaris Bidang Studi Advertising & Marketing Communication dan Dosen Pengampu Mata Kuliah Tugas Akhir Prodi Advertising & Marketing Communication

8. Universitas Mercu Buana yang telah membimbing peneliti dalam proses penyusunan tugas akhir.
9. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing peneliti dari semester awal hingga akhir.
10. Segenap Dosen Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
11. Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah membantu peneliti dalam mengurus berbagai administrasi selama perkuliahan berlangsung.
12. Orang tua dan seluruh keluarga, atas doa, bimbingan, serta kasih sayang yang selalu tercurah selama ini kepada peneliti.
13. Kak Indri, kakak tingkat yang telah membantu mengarahkan peneliti dalam proses penyelesaian skripsi.
14. Serta teman-teman yang senantiasa mendukung peneliti selama perkuliahan termasuk dalam membantu mengisi kuesioner penelitian skripsi.

Peneliti menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, 19 Januari 2024

Peneliti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Athiya Jasmine
NIM : 44320010053
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Promosi Penjualan pada *Spotify Premium Student* dalam Meningkatkan Minat Beli Mahasiswa (Universitas Mercu Buana)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 2 Februari 2024

Yang menyatakan,



Athiya Jasmine

Nama : Athiya Jasmine
NIM : 44320010053
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Penjualan pada *Spotify Premium Student* Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Universitas Mercu Buana)
Dosen Pembimbing : Berliani Ardha, S.E., M.Si.

ABSTRAK

Memasuki era digital khususnya hiburan musik, aplikasi *music streaming* telah masuk ke Indonesia dan berhasil meraih jumlah nilai pasar hingga 2,1 triliun rupiah per Juni 2020. Salah satu aplikasi *music streaming* yang masuk yaitu Spotify. Spotify adalah salah satu aplikasi *music streaming* dengan pengguna berbayar terbanyak dari kompetitor lainnya. Namun, jumlah pengguna akun layanan gratis masih mendominasi dibandingkan pengguna akun layanan premium. Sehingga Spotify mengencankan beberapa strategi pemasaran salah satunya dengan cara *sales promotion* (promosi penjualan) melalui *Spotify Premium Student*.

Promosi penjualan adalah insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Salah satunya adalah menggunakan sarana *rebates* atau potongan harga. Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh antara promosi penjualan pada *Spotify Premium Student* terhadap minat beli mahasiswa

Penelitian ini menggunakan lima penelitian terdahulu dengan beberapa teori yaitu komunikasi pemasaran, bauran promosi, promosi penjualan, perilaku konsumen di era digital, dan minat beli pelanggan. Peneliti memilih Spotify sebagai objek penelitian dikarenakan Spotify adalah salah satu aplikasi musik *streaming* dengan pengguna terbanyak di Indonesia, bahkan dunia.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif melalui metode survei pada mahasiswa/i aktif Reguler 1 S1 Universitas Mercu Buana Jakarta. Dari populasi sebanyak 8.066 mahasiswa, diambil sampel 99 mahasiswa. Penentuan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* dan rumus Yamane. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer berupa kuesioner dan data sekunder yang meliputi studi literatur. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan IBM SPSS 25 yang meliputi analisis koefisien korelasi, analisis regresi linear sederhana, dan analisis koefisien determinasi. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji T.

Hasil penelitian ini memperoleh kesimpulan bahwa besarnya pengaruh Promosi Penjualan pada *Spotify Premium Student* terhadap Minat Beli Mahasiswa (Universitas Mercu Buana) adalah sebesar 0.656 atau 65,6%. Sementara itu, sisanya sebanyak 34,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar minat beli yang tidak diamati dalam penelitian ini. Hasil tersebut membuktikan bahwa pengaruh dari promosi penjualan yang dilakukan akan meningkatkan minat beli pelanggan.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Minat Beli, Spotify, Kuantitatif

Name : Athiya Jasmine
NIM : 44320010053
Study Program : Advertising & Marketing Communication
Title Internship Report : Pengaruh Promosi Penjualan pada *Spotify Premium Student* Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Universitas Mercu Buana)
Counsellor : Berliani Ardha, S.E., M.Si.

ABSTRACT

In this digital era, especially in music entertainment, music streaming applications have entered Indonesia and has reach a total market value of up to 2.1 trillion rupiahs as of June 2020. One of them is Spotify. Spotify is one of the music streaming apps with the most paid users compared to other competitors. However, the number of free service account users still dominates than premium service account users. Therefore, Spotify intensified several marketing strategies, one of which was by sales promotion through Spotify Premium Student.

Sales promotion is a short-term incentive to encourage the purchase or sale of a product or service. One of them is to use rebates or discounts. Consumer buying intention is a consumer behavior where consumers have a desire to buy or choose a product. This study aims to analyze whether there is an influence between sales promotion on Spotify Premium Student on student buying intention.

This research uses five previous studies with several theories, there are marketing communication, promotion mix, sales promotion, consumer behavior in the digital era, and customer buying intention. Researchers chose Spotify as the object of research because Spotify is one of the streaming music applications with the most users in Indonesia, even the world.

This research uses the positivism paradigm with a quantitative approach through a survey method on Bachelor active students of Regular 1 Universitas Mercu Buana Jakarta. From a population of 8,066 students, 99 students were sampled. Sample determination using Purposive Sampling technique and Yamane formula. Data collection techniques are carried out using primary data in the form of questionnaires and secondary data which include literature studies. Data analysis techniques in this study use IBM SPSS 25 which includes correlation coefficient analysis, simple linear regression analysis, and determination coefficient analysis. Hypothesis in this study using the T-test.

The results of this study concluded that the magnitude of the influence of Sales Promotion on Spotify Premium Student on Student Buying Intention (Mercu Buana University) was 0.656 or 65.6%. Meanwhile, the remaining 34.4% was influenced by other factors outside buying intention that were not observed in this research. These results prove that the influence of the sales promotion carried out will increase customer buying intention.

Keywords: Sales Promotion, Intention of Buying, Spotify, Quantitative

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Kajian Teoritis.....	22
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	22
2.2.2 Bauran Promosi	23
2.2.3 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	24
2.2.4 Indikator Promosi Penjualan	26
2.2.5 Perilaku Konsumen di Era Digital.....	27
2.2.5 Minat Beli Pelanggan	28
2.2.6 Aplikasi <i>Music Streaming</i>	30
2.3 Hipotesis	32
2.4 Kerangka Alur Berpikir	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian.....	35

3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel	36
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	37
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	38
3.4.1 Definisi Konsep	38
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.5.1 Data Primer	43
3.5.2 Data Sekunder.....	43
3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.6 Teknik Analisa Data	45
3.6.1 Proses <i>Editing</i>	46
3.6.2 Proses Pengkodean Data (<i>Coding</i>)	47
3.6.3 Analisis Korelasi	48
3.6.4 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	49
3.6.5 Uji Hipotesis	49
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Uji Validitas.....	54
4.2.2 Uji Reliabilitas	58
4.2.3 Karakteristik Data Responden	59
4.2.4 Variabel X.....	61
4.2.5 Variabel Y	67
4.2.6 Uji Korelasi.....	71
4.2.7 Uji Hipotesis	73
4.2.8 Uji Regresi Linear Sederhana	73
4.2.9 Uji Koefisien Determinasi	75
4.2.10 Hasil Uji.....	75
4.3 Pembahasan	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Akademis.....	81
5.2.2 Saran Praktis.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	87



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Konsep	41
Tabel 3. 2 Skala Ordinal.....	48
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	48
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X	54
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y	56
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	58
Tabel 4. 4 Frekuensi Responden Berdasarkan Prodi dan Fakultas	59
Tabel 4. 5 Frekuensi Responden Berdasarkan Angkatan (Tahun Masuk).....	60
Tabel 4. 6 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4. 7 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Akun Spotify yang Digunakan.....	61
Tabel 4. 8 Pertanyaan Dimensi Frekuensi 1.....	61
Tabel 4. 9 Pertanyaan Dimensi Frekuensi 2.....	62
Tabel 4. 10 Pertanyaan Dimensi Kualitas 1.....	62
Tabel 4. 11 Pertanyaan Dimensi Kualitas 2.....	63
Tabel 4. 12 Pertanyaan Dimensi Kuantitas 1.....	64
Tabel 4. 13 Pertanyaan Dimensi Kuantitas 2.....	64
Tabel 4. 14 Pertanyaan Dimensi Waktu 1.....	65
Tabel 4. 15 Pertanyaan Dimensi Waktu 2.....	65
Tabel 4. 16 Pertanyaan Dimensi Kesesuaian 1.....	66
Tabel 4. 17 Pertanyaan Dimensi Kesesuaian 2.....	66
Tabel 4. 18 Pertanyaan Dimensi Minat Transaksional 1.....	67
Tabel 4. 19 Pertanyaan Dimensi Minat Transaksional 2.....	68
Tabel 4. 20 Pertanyaan Dimensi Minat Referensial 1.....	68
Tabel 4. 21 Pertanyaan Dimensi Minat Referensial 2.....	69
Tabel 4. 22 Pertanyaan Dimensi Minat Preferensial 1.....	69
Tabel 4. 23 Pertanyaan Dimensi Minat Preferensial 2.....	70
Tabel 4. 24 Pertanyaan Dimensi Minat Eksploratif 1.....	70
Tabel 4. 25 Pertanyaan Dimensi Minat Eksploratif 2.....	71

Tabel 4. 26 Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi.....	71
Tabel 4. 27 Hasil Uji Korelasi.....	72
Tabel 4. 28 Hasil Uji T	73
Tabel 4. 29 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	74
Tabel 4. 30 Hasil Uji Koefisien Determinasi	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Total Subscriber Platform Music Streaming	3
Gambar 1. 2 Layanan Streaming Musik dengan Pelanggan Berbayar Terbanyak (2020).....	4
Gambar 1. 3 Kerugian Spotify Tahun 2013-2018	5
Gambar 1. 4 Rata-rata pendapatan Spotify per pengguna tahun 2015-2022	6
Gambar 1. 5 Jumlah Persentase Pelanggan Spotify per 2019	6
Gambar 1. 6 Pilihan paket premium aplikasi Spotify	7
Gambar 1. 7 Pilihan paket premium Apple Music	8
Gambar 1. 8 Pilihan paket premium aplikasi JOOX.....	8
Gambar 1. 9 Pilihan paket premium YouTube Music	9
Gambar 1. 10 Tampilan laman Spotify Premium Student	10
Gambar 1. 11 Syarat dan Ketentuan Spotify Premium Student.....	11
Gambar 1. 12 Tampilan penawaran Spotify Premium Student.....	12
Gambar 1. 13 Tampilan respon pengguna Spotify Premium Student di Twitter ..	13
Gambar 2. 1 Kerangka alur berpikir	34
Gambar 3. 1 Rumus Cronbach's Alpha	45
Gambar 4. 1 Logo Spotify.....	51
Gambar 4. 2 Data aplikasi music streaming dengan pengguna terbanyak per November 2022.....	52
Gambar 4. 3 Penawaran paket premium Spotify	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner	87
Lampiran 2 Print Out Perhitungan Statistik	92
Lampiran 3 Surat Permohonan Data Untuk Skripsi.....	99
Lampiran 4 Data Mahasiswa Mercu Buana dari BAP.....	101
Lampiran 5 Riwayat Hidup (Curriculum Vitae)	102

