

UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam
Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

OLEH :

WAHYU PANGESTU

NIM : 11671101086

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

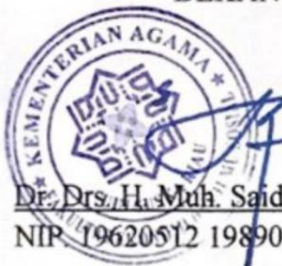
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : WAHYU PANGESTU
NIM : 11671101086
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
SEMESTER : VIII (DELAPAN)
TUDUL : PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN PREMIUM APLIKASI STREAMING MUSIK SPOTIFY (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU)

DISETUJUI OLEH**PEMBIMBING**

YUSRIALIS, SE, M.Si**NIP. 19790810 200912 1 004****MENGETAHUI****DEKAN****Dr. Drs. H. Muh. Saïd, HM, M.Ag, MM****NIP. 19620512 198903 1 003****KETUA PROGRAM STUDI
S1 MANAJEMEN**

FAKHRURROZI, SE, MM**NIP. 19670725 200003 1 002**



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : WAHYU PANGESTU
NIM : 11671101086
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
SEMESTER : VIII (DELAPAN)
JUDUL : PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN PREMIUM APLIKASI STREAMING APLIKASI STREAMING MUSIK SPOTIFY (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU)
TANGGAL UJIAN : JUMAT, 19 JUNI 2020

**DISETUJUI OLEH
 KETUA PENGUJI**

FAKHRURROZI, SE, MM
NIP. 19670725 200003 1 002

MENGETAHUI

PENGUJI I

RATNA NURANI, SE, MM
NIK. 130707012

PENGUJI II

YESSI NESNERI, SE, MM
NIK. 130712071

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRAK

PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYAN PREMIUM APLIKASI STREAMING MUSIK SPOTIFY

(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU)

OLEH :

WAHYU PANGESTU

11671101086

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena melihat banyaknya mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang menggunakan aplikasi *streaming* musik Spotify sehingga menarik untuk mengetahui bagaimana faktor gaya hidup dan kelompok referensi mempengaruhi mereka untuk melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik Spotify pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, baik secara parsial dan simultan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang didapatkan dari pengisian kuesioner dan data sekunder yang didapatkan dari website perusahaan dan lembaga- lembaga yang bersangkutan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner dengan teknik *nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Metode analisa data adalah metode analisis statistik dengan menggunakan *software IBM SPSS statistics 22*, berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik Spotify.

Kata kunci : gaya hidup, kelompok referensi, dan keputusan pembelian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puja dan puji atas syukur mendalam penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berjuta-juta kenikmatan, kelimpahan, dan keberkahyang luar biasa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam juga penulis sampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Dengan judul skripsi **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN PREMIUM APLIKASI STREAMING MUSIK SPOTIFY (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU)”** penulis ajukan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi S1 dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya khususnya kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Ade Rahmanto dan Ibunda Irlinda, merupakan para inspirasi hidup yang bersedia membagi cinta tanpa pamrih kepada anak-anaknya dan semoga Allah SWT membalasnya dengan surga, *Allahumma amin*.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis juga mengucapkan terima kasih dengan segala ketulusan dan kerendahan hati kepada pihak yang telah membantu, baik secara moril maupun spiritual. Rasa terima kasih tersebut penulis ucapkan kepada yang terhormat :

Bapak Prof. Dr. KH Akhmad Mujahidin, S.Ag, M.Ag, selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bapak Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3. Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Ibu Astuti Melfinda, SE, MM, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5. Bapak Dr. Dony Martias, SE, MM, selaku pembimbing proposal yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan petunjuk dalam membuat dan menyusun proposal penelitian.

6. Bapak Yusrialis SE, M.Si, selaku pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan petunjuk dalam membuat dan menyusun skripsi penelitian sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

7. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

8. Segenap staf Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberi pelayanan akademi yang baik.

9. Teman-teman Manajemen E, Muhammad Reza Hafiz, Ilham Alya Idrus, Muhammad Hasan, Dasril, Heru Maulana yang telah menghibur serta memberi dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

10. Teman-teman Jurusan Manajemen lainnya yang telah berjuang bersama dan saling membantu.

11. Kepada Sri Ratih yang telah menjadi teman, sahabat, dan orang spesial dalam hidup ku selama 2 setengah tahun ini, terimakasih untuk semangat,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dukungan, doa yang telah diberikan kepada ku dalam menyusun skripsi ini dari awal sampai selesainya skripsi ini.

Serta pihak yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu yang selalu memanjatkan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata, semoga kebahagiaan dunia akhirat diperuntukkan untuk kita semua. *Aamiin Ya Rabbal Alamin.*

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 29 Juni 2020

Wahyu Pangestu
NIM : 11671101086

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR ISI

ABSTRAK..... i

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR TABEL..... viii

DAFTAR GAMBAR..... x

BAB I PENDAHULUAN..... 1

 A. Latar Belakang..... 1

 B. Rumusan Masalah..... 6

 C. Tujuan Penelitian..... 7

 D. Manfaat Penelitian..... 7

 E. Sistematika Penelitian..... 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA.....10

 A. Landasan Teori..... 10

 B. Penjualan..... 11

 C. Perilaku Konsumen..... 12

 D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..... 13

 E. Keputusan Pembelian..... 22

 F. Proses Keputusan Pembelian..... 25

 G. Hubungan Perilaku Konsumen Dengan Keputusan Pembelian....28

 H. Pandangan Islam..... 28

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

I.	Penelitian Terdahulu.....	32
J.	Kerangka Pemikiran.....	36
K.	Hipotesis.....	36

BAB III METODE PENELITIAN..... 39

A.	Jenis dan Subyek Penelitian.....	39
B.	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	40
C.	Variabel Penelitian.....	40
D.	Populasi dan Sampel.....	43
E.	Teknik Pengambilan Sampel.....	44
F.	Sumber Data.....	45
G.	Metode Pengambilan Data.....	45
H.	Metode Analisis Data.....	46

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN..... 54

A.	Sejarah Spotify.....	54
B.	Spotify Masuk Indonesia.....	60
C.	Fitur-fitur Spotify.....	61
D.	Pertumbuhan Pengguna Spotify.....	63
E.	Alamat Akses Spotify.....	64
F.	Musik yang Ditawarkan Spotify.....	64

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 66

A.	Pengumpulan Data.....	66
----	-----------------------	----



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

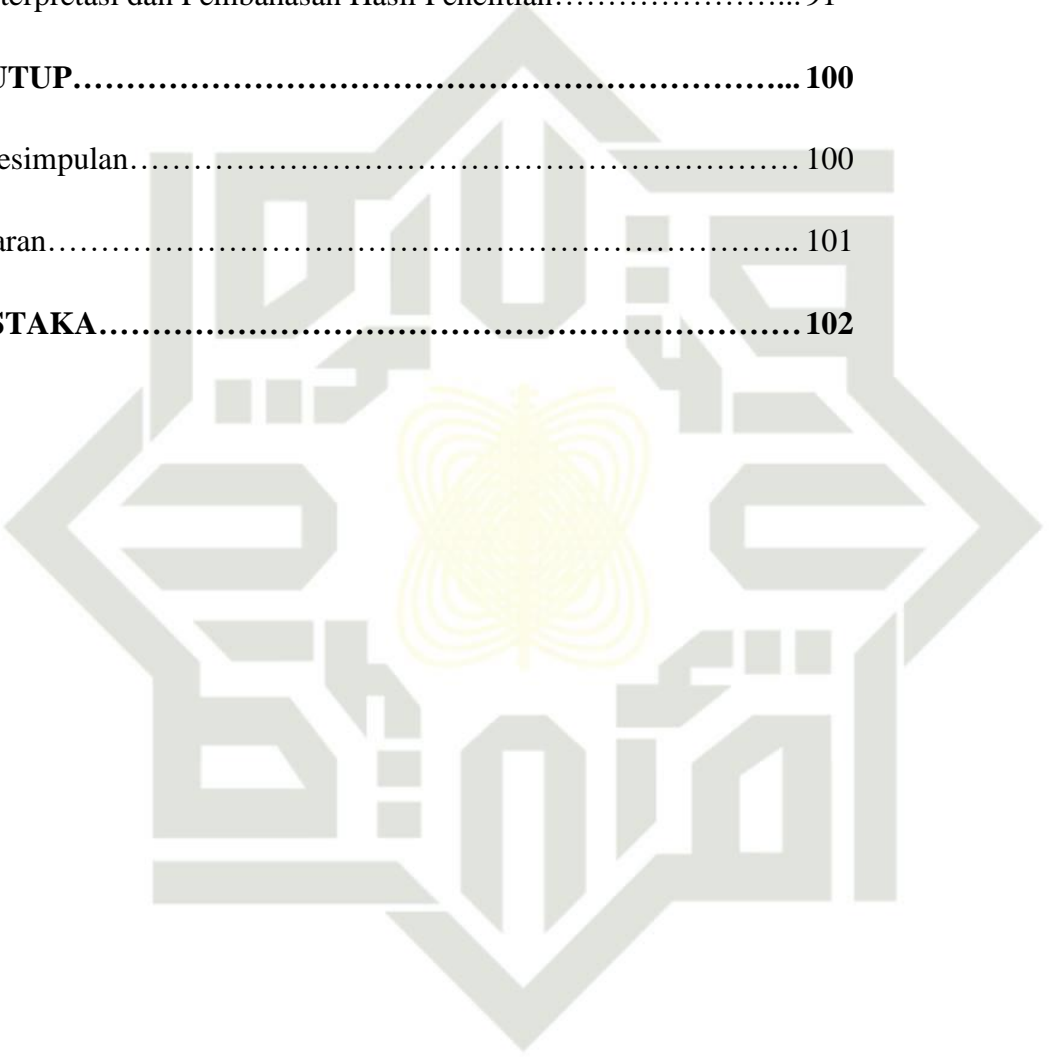
B.	Data Responden.....	66
C.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	70
D.	Pengujian Instrumen Data.....	76
E.	Interpretasi dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	91

BAB VI PENUTUP..... 100

A.	Kesimpulan.....	100
B.	Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA..... 102

LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nilai Industri Rekaman Musik 2018.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa UIN SUSKA RIAU.....	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	42
Tabel 3.3 Contoh Kuesioner.....	47
Tabel 5.1 Data Responden Menurut Jenis Kelamin.....	68
Tabel 5.2 Data Responden Menurut Usia.....	69
Tabel 5.3 Data Responden Menurut Fakultas.....	69
Tabel 5.4 Data Responden Menurut Jurusan.....	70
Tabel 5.5 Tanggapan Responden Mengenai Gaya Hidup.....	72
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Mengenai Kelompok Referensi.....	74
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	76
Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas.....	78
Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup.....	79
Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kelompok Referensi.....	80
Tabel 5.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	80
Tabel 5.12 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov).....	82
Tabel 5.13 Hasil Uji Auto Korelasi.....	84
Tabel 5.14 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi.....	85
Tabel 5.15 NPar Tests.....	85

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

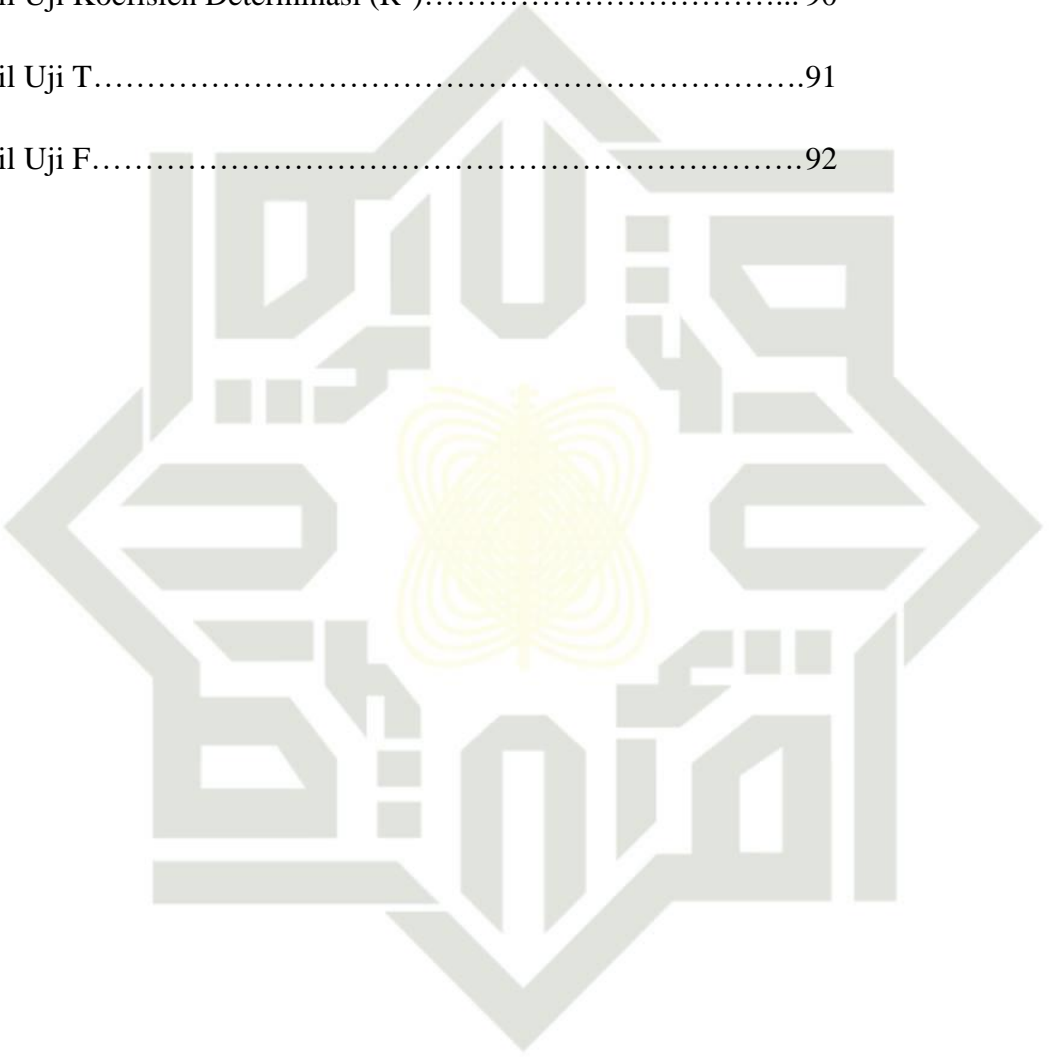
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.16 Hasil Uji Multikolinieritas.....	86
Tabel 5.17 Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser).....	88
Tabel 5.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	89
Tabel 5.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	90
Tabel 5.20 Hasil Uji T.....	91
Tabel 5.21 Hasil Uji F.....	92





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Aplikasi *Streaming* Musik..... 4

Gambar 1.2 Data Pra Survey.....5

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian..... 25

Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....83

Gambar 5.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....83

Gambar 5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... 87

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Musik sudah ada sejak zaman dahulu kala, awalnya dimainkan secara sederhana dengan alat-alat yang sederhana pula, musik pada awalnya hanya digunakan untuk upacara-upacara adat dan upacara-upacara keagamaan. Keberadaan musik dapat ditemukan di hampir setiap budaya di bumi ini baik pada zaman dahulu hingga zaman sekarang, dan memiliki ciri khas masing-masing sesuai dengan waktu dan tempat musik tersebut dihasilkan. (sumber : indosiare.co.id, September 2019).

Pada awal ketika industri musik mulai berkembang, orang-orang menikmati musik dengan cara yang sederhana, dimulai dari mendengarkan musik secara langsung dari musisi atau penyanyi yang membawakan sebuah lagu atau memainkan sebuah instrument musik, lalu seiring berkembangnya zaman dan teknologi orang-orang mulai dapat mendengarkan musik melalui media perantara tanpa harus mendengarkan langsung dari seorang penyanyi atau musisi, seperti contohnya mendengarkan musik dari radio, kepingan CD, ataupun pita musik.

Menurut Nugroho J. Setiadi (2010:10) menyatakan bahwa pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi media perantara untuk mendengarkan musik seperti radio, kepingan CD, ataupun pita music juga mulai tergantikan perannya oleh media digital. Karena dengan berkembangnya zaman orang-orang ingin segala sesuatu yang praktis, ini juga berlaku kepada industri musik.

Dalam beberapa tahun terakhir (khususnya dalam 4 tahun terakhir) ada banyak sekali perubahan dalam industri musik, seperti yang telah

disinggung sebelumnya ketika era digital masuk ke Indonesia banyak mempengaruhi berbagai bidang contohnya musik, dari segi musik mempengaruhi cara orang untuk mendengarkan musik dengan lebih modern, salah satu contohnya yaitu mendengarkan musik melalui layanan streaming, hal ini mendorong banyak aplikasi streaming musik untuk memasarkan produknya di Indonesia salah satunya adalah aplikasi streaming musik Spotify.

Aplikasi streaming musik Spotify yang sudah memasuki pasar industri musik streaming di Indonesia sejak 2016 ini pun sering mengadakan promo-promo guna menarik pelanggan dan memperluas pasarnya di Indonesia. Salah satu promo yang mereka adakan adalah fitur premium gratis untuk pengguna barunya selama 3 bulan. “Kami memahami para pengguna butuh waktu lebih lama untuk mengenal dan menikmati seluruh fitur yang tersedia dalam Spotify Premium, Untuk itu, kami memberikan akses ke pengguna baru kami agar bisa menikmati seluruh fitur Spotify Premium selama tiga bulan penuh secara gratis,” (Sumber : Alex Norstrom, wawancara pribadi, 26 Agustus 2019).

Dengan banyaknya promo yang dilakukan oleh Spotify dan banyaknya negara yang sudah mereka masuki sebagai pasar untuk layanan musik mereka tersebut maka pengguna Spotify cukup banyak dari berbagai negara. Layanan streaming musik Spotify yang memiliki koleksi 40 juta lagu, mengumumkan telah memiliki lebih dari 200 juta pengguna aktif tiap bulannya di 78 negara. (Sumber : inet.detik.com, Januari 2019).

Kemudahan untuk melakukan pembelian layanan premium Spotify di Indonesia sendiri didukung oleh Tokopedia. Jumlah pengguna internet Indonesia yang sangat besar ini mendorong Tokopedia untuk memfasilitasi kebutuhan *streaming* salah satunya *streaming* musik melalui Spotify. Voucher Spotify premium dapat ditemukan di kategori *streaming* di Tokopedia dan pembeliannya dapat dilakukan melalui dompet digital,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

transfer atm, atau melalui Alfamart dan Indomaret.(sumber: tokopedia.com, April 2019).

Sementara itu jumlah pelanggan berbayar Spotify terus meningkat per September 2019, Spotify mengaku mengalami kenaikan jumlah pengguna berbayar. Per September 2019, penyedia layanan streaming musik itu klaim punya 113 juta pengguna berbayar, naik 31 persen dibanding tahun lalu. Spotify memprediksi mereka bakal memiliki pengguna berbayar sekitar 120 juta hingga 125 juta orang pada akhir Desember 2019. Sementara pengguna aktif bulannya ditargetkan naik antara 255 juta hingga 270 juta pengguna. (sumber : kumparan.com, Oktober 2019).

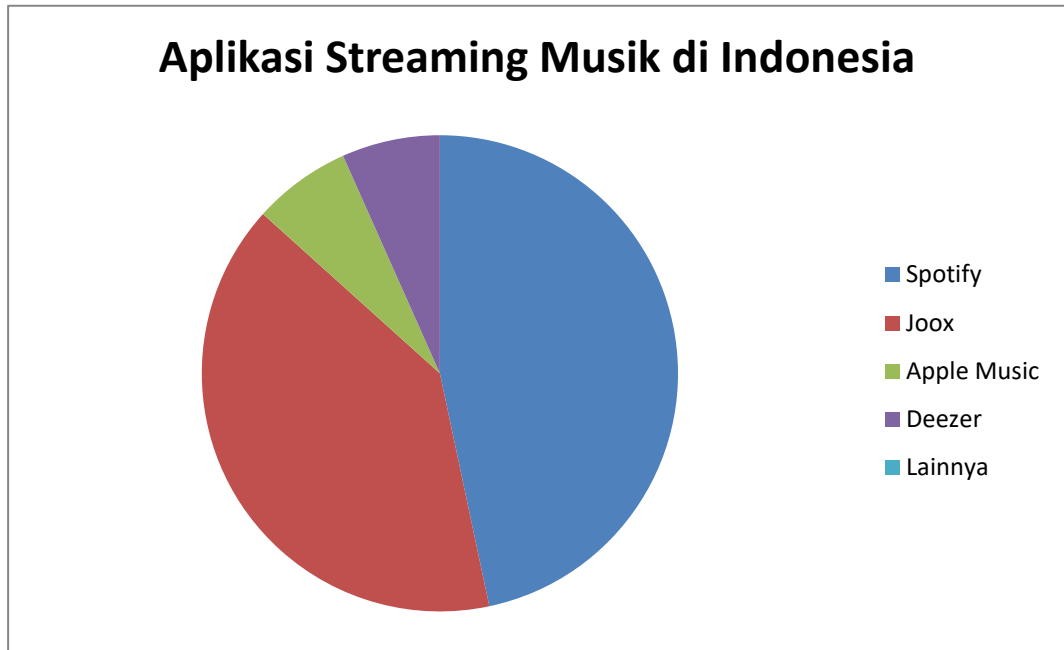
Tabel 1.1
Tabel Industri Rekaman Musik

NILAI INDUSTRI REKAMAN MUSIK	
GLOBAL	INDONESIA
USD 19 MILIAR (47 % dari Streaming)	USD 41 JUTA (46% dari Streaming)

(Sumber : International Federation of The Phonographic Industry, 2018)

Sementara itu, nilai dari industri rekaman musik di global dan dunia berjumlah sangat besar. Pada tahun 2018, untuk pasar global sendiri nilai dari industri rekaman musik berjumlah sebesar USD 19 Miliar dimana 47% dari total nilai tersebut disumbangkan dari streaming musik, dan pada pasar Indonesia total nilai industri rekaman musik berjumlah sebesar USD 41 Juta dimana hampir setengah dari pendapatan tersebut yaitu sekitar 46% disumbangkan dari streaming musik. (Sumber : International Federation of the Phonographic Industry).

Gambar 1.1
Data Pengguna Aplikasi *Streaming* Musik



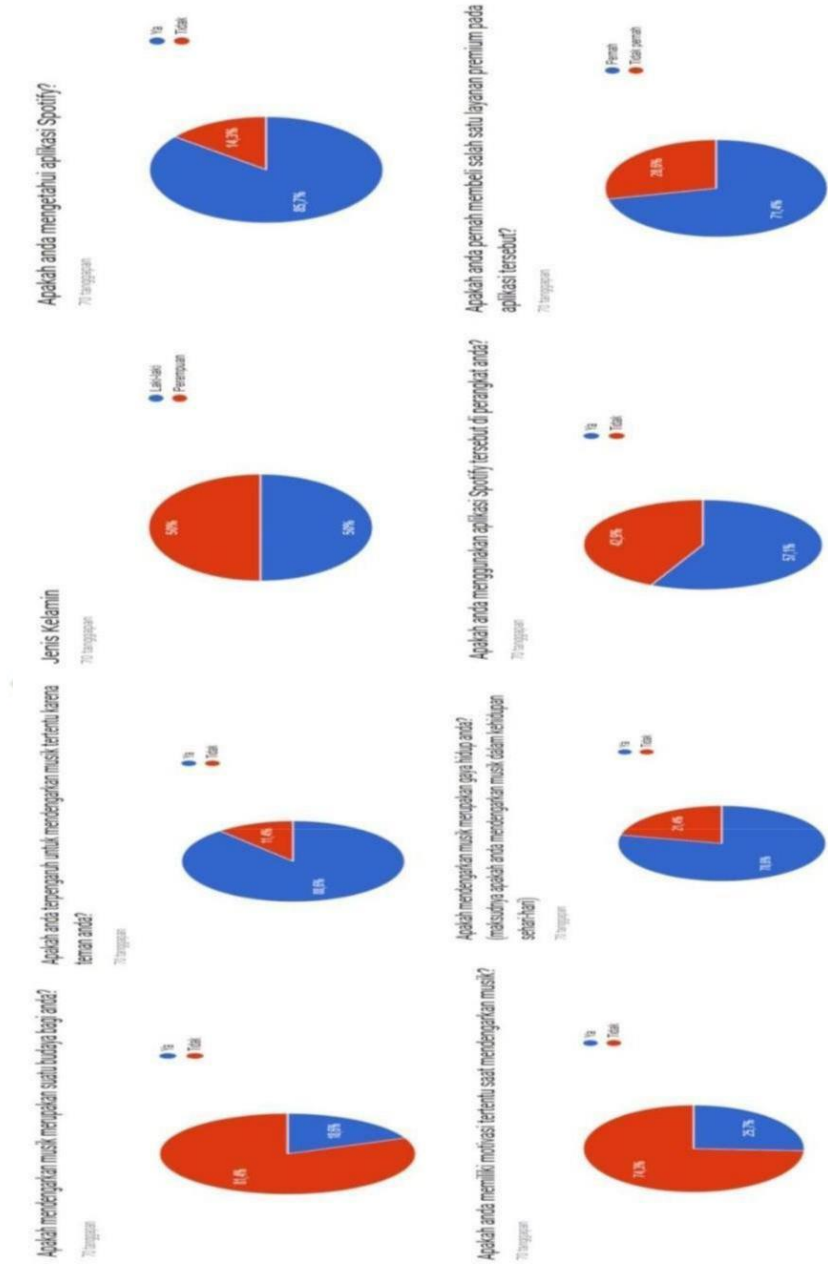
Sumber : (Statista, 2019)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa untuk pasar *streaming* musik di indonesia sendiri, ada banyak penyedia layanan streaming musik, seperti Spotify, Joox, Apple Music, Deezer, dll. Tetapi untuk aplikasi yang paling banyak digunakan setidaknya ada 2 yaitu Spotify dan Joox, kedua aplikasi itu menguasai setidaknya 65% pasar *streaming* musik di Indonesia. Untuk pasar Indonesia sendiri sebagian besarnya dikuasai oleh Spotify dengan pangsa pasar sebesar 35%, lalu diikuti oleh Joox sebesar 30%, Apple Music 5%, Deezer dengan 5%, dan sisanya oleh aplikasi *streaming* musik lainnya (seperti langitmusik, melon musik, resso, dll) sebesar 25%.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.2
Data Pra Survey



(Sumber : *Google Form, 2019*)

Data diatas merupakan data pra survey yang dilakukan oleh peneliti guna memperkuat fenomena dalam latar belakang penelitian ini, peneliti mendapatkan data diatas dengan cara membuat form online kemudian dibagikan ke berbagai mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kasim Riau. Dapat dilihat dari data diatas bahwa cukup banyak mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang menggunakan dan pernah membeli layanan premium tersebut dan kebanyakan memutuskan untuk membeli karena faktor gaya hidup dan kelompok referensi.

Berdasarkan penelitian Desy Rasmilah As'ad (2018) dengan judul “Pengaruh Faktor Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Android Samsung di Kota Makassar” menyatakan bahwa faktor gaya hidup konsumtif dan kelompok acuan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN PREMIUM PADA APLIKASI STREAMING MUSIK SPOTIFY (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

B. Rumusan Masalah

1. Apakah gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi Spotify pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau?
2. Apakah kelompok referensi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi Spotify pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau?
3. Apakah gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi Spotify pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik Spotify pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah kelompok referensi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik Spotify Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik Spotify Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penulis berharap, dengan adanya penelitian ilmiah yang membahas tentang faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ini, dapat membantu perusahaan dalam menentukan segmentasi pasar untuk produknya dan menetapkan strategi yang efektif dan efisien agar dapat menarik konsumen untuk dapat menggunakan aplikasi streaming musik perusahaan.

2. Bagi Mahasiswa

Penulis berharap, dengan adanya penelitian ilmiah ini agar dapat dibaca oleh mahasiswa agar dapat menambah wawasan tentang topik yang dibahas dan agar dapat menjadi bahan referensi penelitian ilmiah serupa khususnya dalam bidang pemasaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bagi Peneliti

Peneliti sendiri berharap agar penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi ilmiah. Sehingga jika peneliti melakukan penelitian pada masa yang mendatang penelitian ini dapat dijadikan acuan.

Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan pemahaman dalam penelitian ini, penulis membaginya kedalam enam bab. Dimana dalam setiap babnya hanya difokuskan pada pembahasan satu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data. Dengan demikian dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisa apa yang tepat untuk digunakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis memuat sejarah singkat berdirinya perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan layanan perusahaan.

BAB V : INTERPRETASI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang rangkuman dari penelitian yang dilakukan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang rangkuman dari pembahasan bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya dapat bermanfaat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul, *Kotler and Keller* (2016:27).

Sedangkan pengertian Manajemen Pemasaran menurut Sofjan Assauri(2013:12), adalah Manajemen Pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Menurut *Kotler and Armstrong* (2018:26) Pemasaran adalah melibatkan konsumen dan mengelola hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Tujuan pemasaran adalah untuk memberikan nilai tambah bagi pelanggan dalam rangka mengambil lebih dari pelanggan.

Menurut *Kotler and Armstrong* terdapat 5 langkah model dari proses marketing yaitu:

- a. Memahami pasar dan keinginan-kebutuhan dari konsumen
- b. Merancang strategi pemasaran yang mendorong nilai dari pelanggan
- c. Membangun sebuah pemasaran terpadu yang menyelenggarakan nilai unggul
- d. Melibatkan pelanggan, membangun hubungan yang menguntungkan, dan menciptakan kenikmatan bagi pelanggan

- e. Merangkap nilai dari pelanggan untuk menciptakan keuntungan dan ekuitas pelanggan.

Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli). M. Nafarin (2009:166).

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan suatu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. Sofjan Assauri (2011:120).

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menjadi penentu keberhasilan dalam mendapatkan keuntungan, apabila tidak mampu untuk menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Tujuan penjualan dalam perusahaan secara umum, yaitu :

- a. Tujuan untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang menguntungkan.
- b. Tujuan untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler untuk menyediakan informasi mengenai produk baru.
- c. Tujuan untuk menunjang pertumbuhan perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tujuan-tujuan tersebut hanya dapat terlaksana apabila penjualan dilaksanakan berdasarkan rencana yang telah disusun sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan dengan lancar, penjualan akan mengalami keuntungan dan kerugian yang banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Perkembangan perusahaan akan sangat terpengaruh oleh lingkungan pemasaran dari perusahaan itu sendiri.

Perilaku Konsumen

Menurut *Mothersbaugh and Hawkins* (2014:6) Perilaku konsumen adalah ilmu yang mempelajari tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses mereka untuk memilih, menggunakan, mengamankan, dan membuang produk, jasa, pengalaman, atau ide yang memuaskan kebutuhan dan memberikan dampak terhadap proses konsumen dan kelompok.

Sedangkan menurut Swastha dan Handoko (2010:9) mendefinisikan perilaku konsumen adalah tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang dan jasa ekonomi termasuk kegiatan pengambilan keputusan.

Memahami perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka berterus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Mungkin mereka tidak memahami motivasi mereka secara lebih mendalam. Sehingga mereka sering pula bereaksi untuk mengubah pikiran mereka pada menit-menit terakhir sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian. Untuk itu para pemasar perlu mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilakunya dalam berbelanja. Studi seperti ini diperlukan bagi para pemasaran untuk mempersiapkan seperangkat kebijakan pemasarannya seperti pengembangan produk beserta ciri-cirinya, harga, saluran distribusi, penyampaian pesan periklanannya, dan unsur-unsur detail dari bauran pemasaran. (Nugroho J. Setiadi, 2010).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari definisi tersebut diatas terdapat tiga ide penting, yaitu (1) perilaku konsumen adalah dinamis; (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar; dan (3) hal tersebut melibatkan pertukaran.

Perilaku konsumen adalah dinamis, berarti bahwa perilaku seorang konsumen, grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran. Dalam hal studi perilaku konsumen, salah satu implikasinya adalah bahwa generalisasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk, dan individu atau grup tertentu.

Dalam hal pengembangan strategi pemasaran, sifat dinamis perilaku konsumen menyiratkan bahwa seseorang tidak boleh berharap bahwa suatu strategi manajemen pemasaran yang sama dapat memberikan hasil yang sama di sepanjang waktu, pasar, dan industri.

Perilaku konsumen melibatkan pertukaran. Itu merupakan hal terakhir yang ditekankan dalam definisi perilaku konsumen, yaitu pertukaran antar individu. Hal ini membuat definisi perilaku konsumen tetap konsisten dengan definisi pemasaran yang sejauh ini juga menekankan pertukaran. Kenyataannya, peran pemasaran adalah untuk menciptakan pertukaran dengan konsumen melalui formulasi dan penerapan strategi pemasaran.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016:179-184) perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Ada 3 (tiga) faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Faktor-faktor ini memberi pengaruh yang cukup signifikan terhadap konsumen dalam memilih produk. Faktor-

faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen tersebut adalah sebagai berikut :

1. Faktor Budaya

a. Budaya

Budaya merupakan faktor dasar yang mempengaruhi secara signifikan keinginan dan perilaku seseorang. Ungkapan tersebut menjelaskan bahwa budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Karena budaya merupakan suatu tatanan kehidupan manusia yang menjadi dasar segala aktivitas yang dilakukan. Oleh karena itu seorang pemasar harus benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya di setiap negara untuk memahami bagaimana cara terbaik untuk memasarkan produk mereka yang sudah ada dan mencari peluang produk baru.

b. Sub-budaya

Setiap budaya memiliki sub-budaya yang lebih kecil yang menyediakan secara lebih spesifik identitas dan sosialisasi untuk setiap anggota-anggotanya.

Ungkapan tersebut menjelaskan bahwa sub-budaya merupakan bagian kecil dari budaya dan cirinya dapat terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok, ras dan daerah geografis. Banyak sub-budaya yang membentuk segmen pasar penting dan pemasar sering merancang produk dan program pemasar yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka, sehingga akan dengan mudah diterima oleh pasar.

c. Kelas Sosial

Hampir semua masyarakat manusia menunjukkan stratifikasi sosial, paling sering dalam bentuk kelas-kelas sosial, perpecahan yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diurutkan secara hierarkis dan dengan anggota yang memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama.

Ungkapan tersebut menjelaskan bahwa kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang yang relatif homogen dan permanen, tersusun secara hirarkis dan anggotanya menganut nilai, minat dan perilaku yang sama.

2. Faktor Sosial

a. Kelompok Referensi

Grup referensi seseorang adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung pada sikap atau perilaku mereka.

Ungkapan tersebut menjelaskan bahwa kelompok referensi seseorang adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Jadi seseorang akan terpengaruhi perilaku pembelian oleh kelompok referensinya sendiri.

b. Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga merupakan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh.

Ungkapan tersebut menjelaskan bahwa keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok acuan utama yang paling berpengaruh. Ada dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yaitu: keluarga orientasi yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung, dan keluarga prokreasi yaitu terdiri dari pasangan dan anak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Peran Sosial dan Status

Kita masing-masing berpartisipasi dalam banyak kelompok keluarga, klub, organisasi. Kelompok sering kali merupakan sumber informasi yang penting dan membantu mendefinisikan norma perilaku.

Ungkapan tersebut menjelaskan bahwa setiap orang berpartisipasi dalam banyak kelompok, seperti halnya keluarga, klub, dan organisasi. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dalam membantu mendefinisikan norma perilaku. Kita dapat mendefinisikan posisi seseorang dalam setiap kelompok dimana dia menjadi anggota berdasarkan peran dan statusnya.

3. Faktor Pribadi

Karakteristik pribadi yang memengaruhi keputusan pembeli meliputi usia dan tahap dalam siklus kehidupan, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai-nilai.

Ungkapan tersebut menjelaskan bahwa faktor pribadi juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai.

Dalam penelitian ini faktor-faktor yang akan dibahas adalah faktor gaya hidup dan kelompok referensi.

a. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang dieskpresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang. (Nugroho J. Setiadi, 2010).

Gaya hidup melibatkan pengukuran dimensi AIO utama pelanggan, yaitu *activities*/kegiatan, *interest*/minat dan *opinions*/pendapat. Menurut *Mouthersbaugh and Hawkins* (2014:427), keinginan seseorang terhadap gaya hidup dipengaruhi oleh kebutuhan dan keinginan individu untuk melakukan pembelian. Keinginan gaya hidup seseorang ditentukan oleh banyaknya keputusan mengkonsumsi produk dan tertentu dan mengubah gaya hidup seseorang.

Gaya hidup seseorang dapat diukur melalui suatu instrumen yang disebut dengan Psikografik. Psikografik dapat memberikan pengukuran kuantitatif dan bisa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar. Psikografis biasanya dipakai untuk melihat segmen pasar Sumarwan (2011:46). Pengamatan untuk mengetahui gaya hidup seseorang dapat dilakukan melalui penilaian terhadap kondisi psikografiknya.

Menurut *Mowen and Minor* dalam sumarwan (2011:45), mengemukakan bahwa terdapat 9 gaya hidup konsumsi, yaitu:

- a. *Functionalists*, yaitu seseorang menghabiskan uang untuk hal-hal penting. Pendidikan rata-rata, pendapatan rata-rata, kebanyakan pekerja kasar (buruh). Biasanya berusia kurang dari 55 tahun dan telah menikah serta memiliki anak.
- b. *Nurturers*, yaitu seorang yang muda dan berpendapatan rendah. Mereka berfokus pada membesarkan anak, baru membangun rumah tangga dan nilai-nilai keluarga. Pendidikannya diatas rata-rata.
- c. *Aspirers*, yaitu berfokus pada menikmati gaya hidup tinggi dengan membelanjakan sejumlah uang diatas rata-rata untuk barang-barang berstatus, khususnya tempat tinggal. Memiliki karakteristik “Yuppie” klasik. Berpendidikan tinggi, dan merupakan pekerja kantor, telah menikah tetapi belum memiliki anak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. *Experientals*, yaitu membelanjakan jumlah diatas rata-rata terhadap barang hiburan, hobi, dan kesenangan (*convenience*). Pendidikannya diatas rata-rata, tetapi pendapatannya diatas rata-rata karena mereka merupakan pekerja kantor.
- e. *Succeders*, yaitu seorang dengan rumah tangga yang mapan. Berusia setengah baya dan berpendidikan tinggi. Pendapatannya merupakan yang tertinggi dari kesembilan kelompok klasifikasi gaya hidup. Biasanya menghabiskan banyak waktu pada pendidikan dan kemajuan diri. Menghabiskan uang diatas rata-rata untuk hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan.
- f. *Moral Majority*, yaitu seseorang dengan pengeluaran yang besar untuk organisasi, pendidikan, masalah politik dan gereja. Berada pada tahap *emphaty-ness*. Pendapatannya merupakan yang tertinggi kedua, dengan pencarian nafkah tunggal.
- g. *The Golden Years*, kebanyakan dari mereka adalah pensiunan, tetapi pendapatannya merupakan yang tertinggi ketiga. Biasanya melakukan pembelian tempat tinggal kedua. Melakukan pengeluaran yang besar pada produk-produk padat modal dan hiburan.
- h. *Sustainers*, adalah kelompok orang dewasa dan tertua. Sudah merupakan pensiunan, dan memiliki tingkat pendapatan terbesarnya dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari dan alkohol. Pendidikannya rendah dan pendapatannya merupakan yang terendah kedua.
- i. *Subsisters*, yaitu tingkat sosial ekonomi rendah. Persentase kehidupan pada kesejahteraan diatas rata-rata. Kebanyakan merupakan keluarga-keluarga dengan pencari nafkah dan orang tua tunggal, dan jumlah diatas rata-rata kelompok minoritas.

Menurut Moutersbaugh and Hawkins (2014:428) pengukuran psycographics atau gaya hidup antara lain :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- (1) Sikap, termasuk pernyataan evaluative tentang orang lain, produk, ide, tempat, dan sebagainya.
- (2) Nilai, termasuk kepercayaan tentang apa yang diterima dan diinginkan.
- (3) Aktivitas dan keterkaitan, kebiasaan konsumen untuk menghabiskan waktu seperti melakukan hobi, olahraga, gereja, dan pelayanan publik.
- (4) Demografi, meliputi usia, pendidikan, pendapatan, pekerjaan, struktur keluarga, latar belakang budaya, jenis kelamin, dan lokasi geografi.
- (5) *Media Patterns*, konsumen memanfaatkan media yang spesifik.
- (6) *Usage Rates*, pengukuran konsumnsi kategori produk yang spesifik, seperti *heavy, medium, light users or as non-users*.

Pendekatan gaya hidup mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel-variabel *activity, interest, opinion*, yaitu aktivitas, interest (minat), dan opini (pandangan-pandangan).

b. Kelompok Referensi

Menurut *Kotler and Keller* (2016:170), kelompok referensi seseorang adalah kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku tersebut.

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa, diantaranya *kelompok primer*, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. *Kelompok sekunder*, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok yang seseorang ingin menjadi anggotanya disebut *kelompok*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

asporasi. Sebuah *kelompok disosiasi* (memisahkan diri) adalah sebuah kelompok yang nilai atau perilakunya tidak disukai oleh individu. Nugroho J. Setiadi (2010:25).

Kelompok didefinisikan sebagai dua atau lebih individu yang berbagi satu set norma, nilai atau kepercayaan, yang secara implisit atau eksplisit mendefinisikan hubungan satu sama lain, seperti ketergantungan perilaku satu sama lain, *Mothersbaugh and Hawkins* (2014:218). Menurut *Petter and Olson* (2014:132), kelompok adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan tertentu, meliputi keluarga, sahabat dekat, teman kerja, kelompok sosial formal, kelompok bersantai/hobi dan tetangga. Kelompok acuan bisa berasal dari kelas sosial, subbudaya, atau budaya yang sama atau berbeda. Kelompok acuan dapat berpengaruh positif dan negatif terhadap konsumen.

Kelompok referensi memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mempengaruhi sikap dan konsep diri seseorang, dan menciptakan tekanan untuk menegaskan apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.

Ada empat kriteria kelompok yang bermanfaat menurut *Mothersbaugh and Hawkins* (2014:218) yaitu (1). Keanggotaan, (2) kekuatan sosial yang mengikat, (3) tipe kontak, dan (4) daya tarik.

(1) Keanggotaan memiliki kriteria yang dikotomi (*dichotomous*), dimana salah seorang anggota sebagai anggota kelompok, atau salah seorang bukan anggota kelompok.

(2) Kekuatan sosial yang mengikat mengacu pada kedekatan dan keintiman dari kelompok tersebut. Kelompok dasar seperti keluarga dan teman, memiliki kekuatan dan frekuensi interaksi yang kuat. Sedangkan kelompok sekunder seperti asosiasi tetangga dan asosiasi profesi, memiliki kekuatan yang lemah dan frekuensi interaksi sedikit.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(3) Tipe Kontak mengacu pada interaksi secara langsung ataupun tidak langsung. Kontak secara langsung seperti tatap muka, sedangkan kontak secara tidak langsung tidak bertatap muka.

(4) Daya tarik mengacu pada keinginan anggota kelompok untuk memiliki zona individu dalam kelompok.

Semakin akrab hubungan dengan anggota kelompok maka akan semakin mantap pula dalam melakukan pemilihan produk. Ada 3 indikator dari keakraban hubungan, yaitu :

(1) Terdapat kelekatan emosional, dimana seseorang yang telah mengenal dengan baik sahabatnya akan merasa memiliki kedekatan emosional seperti : saat teman menemukan masalah maka sahabat yang lain ikut merasakannya.

(2) Saling memenuhi, dimana dalam hal ini saling memenuhi merupakan arti lain dari memberikan dukungan kepada sahabatnya, sehingga merasakan jika dukungan akan membuat hubungan yang terbentuk akan semakin dekat. Contohnya : saling memberikan motivasi dalam belajar maupun keseharian adalah hal yang dibutuhkan.

(3) Ketergantungan, dimana ketergantungan adalah saling menganggap penting kehadiran satu sama lainnya, hal ini ketergantungan merupakan ciri-ciri keakraban yang terjalin kadang merasa lebih dari sahabat atau merasa kehilangan saat jarang bertemu.

Menurut Sumarwan (2011:307-308), terdapat tiga macam pengaruh dari kelompok referensi, diantaranya :

(1) Pengaruh *Normative*

Pengaruh normative adalah pengaruh dari kelompok referensi terhadap seseorang melalui norma-norma sosial yang harus dipatuhi dan diikuti. Pengaruh normatif akan semakin kuat terhadap seseorang untuk

mengikuti kelompok referensi jika ada tekanan kuat untuk mematuhi norma-norma yang ada, penerimaan sosial sebagai motivasi kuat, dan produk serta jasa yang dibeli akan terlihat sebagai simbol dari norma sosial.

(2) Pengaruh ekspresi nilai

Kelompok referensi akan mempengaruhi seseorang melalui fungsinya sebagai pembawa ekspresi nilai. Seorang konsumen akan membeli kendaraan mewah dengan tujuan orang lain bisa memandang sebagai orang sukses atau kendaraan tersebut dapat meningkatkan citra dirinya. Konsumen memiliki pandangan bahwa orang lain menilai kesuksesan seseorang dicirikan oleh pemilikan kendaraan mewah, karena itu ia berusaha memiliki kendaraan tersebut agar bisa dipandang sebagai orang yang telah sukses.

(3) Pengaruh Informasi

Kelompok referensi akan mempengaruhi pilihan produk atau merek dari seorang konsumen, karena kelompok referensi tersebut sangat dipercaya sarannya, karena memiliki pengetahuan dan informasi yang lebih baik. Seorang dokter adalah kelompok referensi bagi para pasiennya. Apapun obat yang disarankan oleh dokter, biasanya diikuti oleh pasiennya. Pasien menganggap bahwa dokter memiliki pengetahuan dan informasi yang terpercaya, selain itu secara sosial dan peraturan, dokter adalah profesi yang memiliki otoritas dalam membuat obat resep.

Keputusan Pembelian

Menurut Peter dan Olson (2013:163), keputusan pembelian adalah proses evaluasi yang dilakukan oleh calon konsumen untuk mengkombinasikan pengetahuan yang dimiliki terhadap pilihan dua atau lebih alternatif produk dan memilih salah satu diantaranya. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012:227) definisi keputusan pembelian adalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

proses keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen melewati lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:177) mendefinisikan keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang dan jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Sedangkan menurut Machfoedz (2013:44), keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan tertentu dalam menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

Dari beberapa definisi menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa proses keputusan pembelian adalah proses seleksi terhadap dua pilihan atau lebih untuk kemudian memutuskan produk mana yang akan dipilih berdasarkan faktor-faktor tertentu seperti sikap, pengetahuan, serta makna dan kepercayaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:188) mengemukakan bahwa keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut:

1. Pilihan Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk alternatif yang mereka pertimbangkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pilihan Merek

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli karena setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

3. Pilihan Penyalur

Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur, bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, keluasan tempat dan lain-lain.

4. Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam menentukan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali dan lain sebagainya.

5. Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyak produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda.

6. Metode Pembayaran

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan menggunakan produk atau jasa. Saat itu keputusan pembelian dipengaruhi oleh tidak hanya aspek lingkungan dan keluarga, tetapi juga dipengaruhi oleh teknologi uang digunakan dalam transaksi pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Proses Keputusan Pembelian

Proses keputusan pembelian model lima tahap menurut Kotler dan Armstrong (2016:176) adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Proses Keputusan Pembelian



1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal maupun eksternal dalam kasus pertama dari kebutuhan normal seseorang, yaitu rasa lapar, dahaga, atau seks meningkat hingga suatu tingkat tertentu dan berubah menjadi dorongan. Atau suatu kebutuhan dapat timbul karena disebabkan rangsangan eksternal seseorang seperti ketika seseorang melewati sebuah toko roti dan melihat roti yang baru selesai dibakar dapat merangsang rasa laparnya.

2. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Kita dapat membedakan dua tingkat, yaitu keadaan tingkat pencarian informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat. Proses mencari informasi secara aktif dimana ia mencari bahan-bahan bacaan, menelpon teman-temannya, dan melakukan kegiatan untuk mempelajari yang lain. Umumnya jumlah aktivitas pencarian konsumen akan meningkat bersamaan dengan konsumen berpindah dari situasi pemecahan masalah yang terbatas ke pemecahan masalah yang ekstensif. Salah satu faktor

kunci bagi pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dan pengaruh relatif dari masing-masing sumber terhadap keputusan membeli. Sumber-sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok:

- a. Pribadi, yang terbagi menjadi keluarga, teman, tetangga, dan kenalan
- b. Komersial, yang terbagi menjadi iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, tampilan, dan pameran
- c. Publik, yang terbagi menjadi media massa, organisasi pemeringkat konsumen
- d. Publik, yang terbagi menjadi media massa, organisasi pemeringkat konsumen

Secara umum konsumen menerima informasi terbanyak dari suatu produk dari sumber komersial yaitu sumber yang didominasi oleh para pemasar. Pada sisi lain, informasi yang paling efektif justru berasal dari sumber-sumber pribadi. Setiap sumber informasi melaksanakan suatu fungsi yang agak berbeda dalam memengaruhi keputusan membeli. Informasi komersial umumnya melaksanakan fungsi memberitahu, sedangkan sumber pribadi melaksanakan fungsi legitimasi dan/atau evaluasi.

3. Evaluasi Alternatif

Tidak ada proses evaluasi yang sederhana dan tunggal yang digunakan oleh konsumen atau bahkan oleh satu konsumen pada seluruh situasi membeli. Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional. Konsumen mungkin mengembangkan seperangkat kepercayaan merek tentang di mana setiap merek berada pada ciri masing-masing. Kepercayaan merek menimbulkan citra merek.

4. Keputusan Pembelian

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Walaupun demikian, dua faktor dapat memengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor yang pertama adalah sikap orang lain akan mengurangi alternatif pilihan seorang akan tergantung pada dua hal: (1) Intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen, dan (2) Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Semakin tinggi intensitas sikap negatif orang lain tersebut akan semakin dekat hubungan orang tersebut dengan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan menyesuaikan tujuan pembeliannya.

Tujuan pembelian juga akan dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti: pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Pada saat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen ingin bertindak, faktor-faktor keadaan yang tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan membeli.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian.

G. Hubungan Perilaku Konsumen dengan Keputusan Pembelian

Menurut Nugroho J. Setiadi (2010:10) menyatakan bahwa pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

H. Pandangan Islam

Islam adalah agama yang sempurna, Islam telah memberikan pemecahan masalah secara menyeluruh terhadap berbagai macam permasalahan yang sedang atau akan dihadapi oleh manusia.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبْوَا لَا يَتُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
 الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبْوَا وَأَحَلَّ
 اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبْوَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
 وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
 خَالِدُونَ



Di dalam praktek jual beli harus berdasarkan konsep yang islami, karena di dalam Islam tidak hanya diajarkan tentang ibadah saja tetapi juga mengajarkan tentang cara bermuamalah yang baik dan benar. Allah Subhanahu wata'ala menerangkan di dalam Al-Qur'an tentang halalnya jual beli dan haramnya riba, sebagaimana tercantum dalam surat Al-Baqoroh ayat 275 yaitu :

Artinya : Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Dari ayat di atas dapat diketahui bahwa Islam telah mengatur mengenai jual beli. Jual beli yang benar yaitu suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka sama suka antara kedua belah pihak dengan menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah diatur sesuai dengan syariat islam.

Surat lainnya yang menerangkan tentang praktek jual beli dalam islam adalah surat An Nisa ayat 29, yaitu :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
 بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa Ayat ini menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syari'at. Kita boleh melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha, saling ikhlas. Dan dalam ayat ini Allah juga melarang untuk bunuh diri, baik membunuh diri sendiri maupun saling membunuh. Dan Allah menerangkan semua ini, sebagai wujud dari kasih sayang -Nya, karena Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kita.

Hadits yang menerangkan tentang praktik jual/beli adalah sebagai berikut:

حَدَّثَنَا الْحَسَنُ بْنُ الْوَلِيدِ النَّسَمِيُّ، حَدَّثَنَا مُرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ، حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ، عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ
 الْمَدَنِيِّ، عَنْ أَبِيهِ قَالَ: سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: ((إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ)) (رواه ابن
 ماجه)

Artinya : “Menawarkan kepada kami al-‘Abas ibn al-Walîd al-Dmasqiy; mewartakan kepada kami Marwân ibn Muhammad; mewartakan kepada kami ‘Abd al-Aziz dari ayahnya, dia berkata: Rasûllâh Saw bersabda: sesungguhnya jual beli itu atas dasar suka sama suka.” (HR. Ibn Mâjah)

Dalam islam jual beli online termasuk dari akad jual beli salam, yang mana bai’ as-salam mempunyai pengertian yang sederhana yaitu pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayarannya dilakukan dimuka. Bai’ as-salam juga disebut dengan akad pesanan Oleh sebab itu hukum bai’ as- salam boleh dalam islam. Oleh karenanya mengapa jual beli online termasuk bai’ as- salam? Sebab jual beli online itu menggunakan akad pesanan dalam bisnis pada zaman sekarang yang mana penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung dengan hanya melakukan transfer untuk pembayaran dan menggunakan internet untuk melakukan transaksi antara kedua belah pihak.

Perkembangan zaman dan kecanggihan teknologilah yang dapat memudahkan transaksi jarak jauh hanya dengan menggunakan jaringan internet kita dapat berinteraksi tanpa tatap muka, tetapi dalam bisnis ini yang terpenting memberikan informasi dan mencari keuntungan.

Oleh sebab itu jual beli online dalam islam diperbolehkan dengan syarat harus diterangkan sifat- sifatnya dan ciri- cirinya. Kemudian jika barang sesuai dengan keterangan penjual, maka sahlah jual belinya. Tetapi jika tidak sesuai maka pembeli mempunyai hak khiyar, artinya boleh meneruskan atau membatalkan jual belinya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Publikasi	Variabel	Metode	Hasil	Perbedaan	Persamaan
Hendri Ariyandani	Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan	2017	- Gaya Hidup (X1) - Kelompok Referensi (X2) - Keputusan Pembelian (X3)	Metode penelitian explanatory atau penelitian penjelasan	Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen	-Objek yang diteliti berbeda -Tempat penelitiannya berbeda	-Kesamaan variabel Independen yang diteliti -Kesamaan variabel Dependen

	Smartphone (iPhone)						
<p>2) Retno Pratiwi</p> <p>UIN karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: <i>kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan hanya untuk kepentingan UIN Suska Riau.</i></p> <p>UIN karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware Pada Masyarakat Dalu Sepuluh-B Tanjung Morawa</p>	<p>2017</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gaya Hidup (X1) - Citra Merek (X2) -Kelompok Referensi(X3) -Keputusan Pembelian (Y) 	<p>Metode penelitian kuantitatif</p>	<p>Variabel independen secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen, secara parsial variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial dan</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Perbedaan objek yang diteliti -Tempat penelitian berbeda 	<ul style="list-style-type: none"> -Kesamaan variabel independen -Kesamaan variabel dependen

					simultan terhadap variabel dependen		
3 Kandhianti Laras Pratiwi	Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan	2017	<ul style="list-style-type: none"> - Gaya Hidup (X1) - Citra Merek (X2) - Atribut Produk (X3) - Keputusan Pembelian (Y) 	Metode Penelitian Kuantitatif	Variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap variabel dependen	<ul style="list-style-type: none"> -Perbedaan salah satu variabel independen yaitu atribut produk -Perbedaan objek penelitian 	<ul style="list-style-type: none"> -Kesamaan variabel independen -Kesamaan variabel dependen
4 Desy Rasmillah As'ad	Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Android	2018	<ul style="list-style-type: none"> - Gaya Hidup Konsumtif (X1) - Kelompok Acuan (X2) - Keputusan Pembelian (Y) 	Metode Penelitian Kuantitatif	Variabel gaya hidup konsumtif dan kelompok acuan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan	<ul style="list-style-type: none"> - Perbedaan objek yang diteliti - Perbedaan tempat penelitian 	<ul style="list-style-type: none"> -Kesamaan variabel independen yang diteliti yaitu gaya hidup dan kelompok referensi -Kesamaan variabel dependen

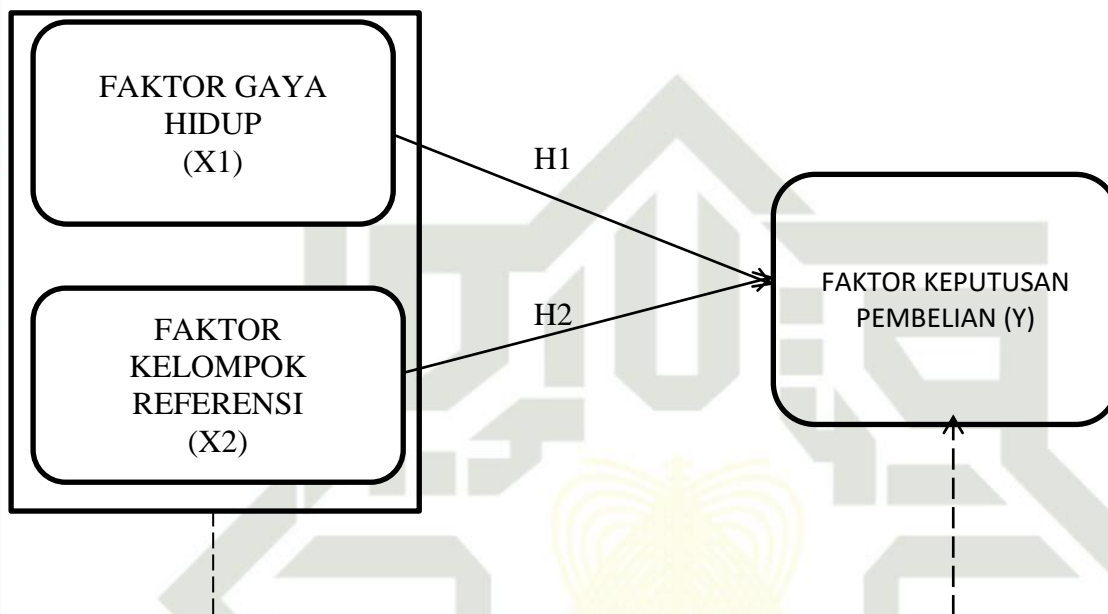
5	Komara	Samsung di MTC Kota Makassar			pembelian android Samsung di Makassar		yang diteliti yaitu keputusan pembelian
5	Komara	Pengaruh Kelompok Referensi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffe (Survei Terhadap Konsumen Starbucks Coffe Jalan Braga No.2 Kota Bandung)	2019	- Kelompok Referensi (X1) - Gaya Hidup (X2) - Keputusan Pembelian (Y)	Metode Penelitian Kuantitatif	Variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, sedangkan secara parsial kelompok referensi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian	-Perbedaan Objek penelitian -Perbedaan tempat penelitian - Kesamaan variabel Independen yang diteliti - Kesamaan variabel Dependen yang diteliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kerangka Pemikiran Konseptual

Untuk mempermudah memahami penelitian ini, maka penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : Hasibuan (2009), Affandi (2018)

Keterangan :

- > : Hubungan secara parsial
- - - - -> : Hubungan secara simultan

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018:134) dalam bukunya Metode Penelitian Manajemen, hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut *Mouthersbaugh and Hawkins* (2014:427), keinginan seseorang terhadap gaya hidup dipengaruhi oleh kebutuhan dan keinginan individu untuk melakukan pembelian. Keinginan gaya hidup seseorang ditentukan oleh banyaknya keputusan mengkonsumsi produk dan tertentu dan mengubah gaya hidup seseorang.

Maka untuk hipotesis faktor gaya hidup ini adalah semakin konsumtif gaya hidup seseorang, maka semakin besar kemungkinan seseorang tersebut untuk melakukan keputusan pembelian aplikasi streaming musik. Sehingga, rumusan hipotesis ketiga ini adalah :

H1 : Diduga faktor gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik Spotify.

2. Pengaruh Faktor Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut *Kotler and Keller* (2016:170), kelompok referensi seseorang adalah kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku tersebut. Kelompok referensi memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mempengaruhi sikap dan konsep diri seseorang, dan menciptakan tekanan untuk menegaskan apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.

Maka untuk hipoteses faktor sosial ini adalah semakin akrab hubungan seseorang dengan kelompok referensi dalam hal ini adalah kelompok pertemanan maka semakin besar kemungkinan melakukan

keputusan pembelian aplikasi streaming musik. Sehingga, rumusan hipotesis kedua pada penelitian ini adalah :

H2 : Diduga faktor kelompok referensi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik Spotify.

3. Pengaruh Faktor Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan teori-teori yang sudah dijelaskan diatas dapat dikatakan bahwa masing-masing gaya hidup, dan kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H3 : Diduga faktor gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik Spotify.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

Jenis dan Subyek Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Peneliti pada penelitian ini akan menjelaskan segala sesuatu di lapangan yang berhubungan dengan faktor gaya hidup dan kelompok referensi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2. Subyek dan Objek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah para mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, subyek akan diberikan kuisisioner yang kemudian harus dijawab untuk memperoleh informasi terkait dengan penelitian ini.

Objek Penelitian ini adalah aplikasi streaming musik Spotify yang digunakan oleh mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

UIN SUSKA RIAU

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa UIN SUSKA RIAU

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1	Tarbiyah dan Keguruan	6.832
2	Psikologi	1.198
3	Ekonomi dan Ilmu Sosial	4.716
4	Syariah dan Ilmu Hukum	3.678
5	Dakwah dan Ilmu Komunikasi	4.143
6	Sains dan Teknologi	5.063
7	Pertanian dan Peternakan	1.783
8	Ushuluddin	1.502
Total		28.915

Sumber : PDDikti, 2020

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2019 sampai bulan Juni 2020 bertempat pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang beralamat di Jalan HR. Soebrantas Panam Km. 15 No. 155, Tuah Madani, Kec. Tampan, Kabupaten Kampar, Riau.

Variabel Penelitian

1. Definisi Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

a. Variabel Independen : adalah variabel yang menjadi penyebab adanya atau timbulnya perubahan variabel dependen, disebut juga sebagai variabel yang mempengaruhi. Variabel independen juga dapat dikatakan sebagai variabel yang mempengaruhi variabel lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah:

- (1) Gaya Hidup (X1)
 - (2) Kelompok Referensi (X2)
- b. Variabel Dependen : adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa indonesia sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah:

- (1) Keputusan Pembelian (Y)

2. Definisi Operasional

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Gaya Hidup (X1)	Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan	-Aktivities (Kegiatan) -Interest (Minat) -Opinion (Opini) (2013:47)	Likert

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	berinteraksi di dunia. Kotler dan Keller (2016:192)		
Kelompok Referensi (X2)	Kelompok referensi seseorang adalah kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku tersebut. Kotler dan Keller (2016:170)	-Pengaruh Normative -Pengaruh Ekspresi Nilai -Pengaruh Informasi (Sumarwan, 2011:307)	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang dan jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Kotler dan Armstrong (2016:177)	-Pilihan produk -Pilihan merek -Pilihan tempat penyalur -Jumlah pembelian atau kuantitas -Waktu pembelian -Metode pembayaran Kotler & Keller (2012:479)	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Populasi dan Sampel**a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang menggunakan aplikasi streaming musik Spotify. Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan menggunakan rumus berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

$Z = 1,96$ score pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)

Moe = Margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (10\%)^2}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ dibulatkan } 100$$

Jadi, ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden (dengan pembulatan 96,04 menjadi 100).

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2018:156) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya dalam pengambilan sampel dilakukan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Pertimbangan-pertimbangan ini dapat berupa batasan-batasan sampel seperti apa yang akan diambil.

Pertimbangan batasan sampel ini adalah:

- 1) Merupakan Mahasiswa aktif UIN SUSKA RIAU (sedang menjalankan kuliah)
- 2) Memiliki aplikasi streaming musik Spotify
- 3) Sudah pernah membeli paket *premium* aplikasi streaming musik Spotify (setidaknya satu kali)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang didapatkan dari sumber pertama yaitu melalui pemberian dan pengisian kuisioner.
2. Data sekunder adalah data yang diterbitkan dan atau digunakan oleh organisasi resminya yaitu dari website Spotify.

Metode Pengumpulan Data

Untuk memecahkan masalah dari penelitian ini, dilakukan metode pengumpulan data dalam bentuk :

a. Kuesioner

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018:230). Data kuesioner diukur menggunakan skala *Likert*, dengan Skala Likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradiasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Netral
- d. Tidak Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Sangat Tidak Setuju

Masing-masing dari jawaban tersebut diberi skor, sebagai berikut :

1. Sangat Setuju	5
2. Setuju	4
3. Netral	3
4. Tidak Setuju	2
5. Sangat Tidak Setuju	1

Dan juga dalam penelitian ini Skala Likert dibuat dalam bentuk checklist, seperti berikut ini:

Tabel 3.3
Contoh Kuesioner

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membeli layanan premium Spotify karena saya membutuhkannya					✓

Metode Analisa Data

Metode analisa data dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS* untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini, dengan cara memasukkan hasil dari operasionalisasi variabel yang akan di uji.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas**a. Uji Validitas**

Uji validitas untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

data (mengukur itu adalah valid). Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014:202-203).

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji validitas item. Uji validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item mengukur objeknya. Item dikatakan valid, jika ada korelasi dengan skor total. Hal ini menunjukkan bahwa adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap sesuatu yang ingin diungkap. Item ini berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner.

Suatu pertanyaan atau indikator dikatakan valid apabila :

- a. Jika r hitung positif serta nilai r hitung $> r$ table, maka butir atau variabel tersebut valid.
- b. Jika r hitung tidak positif serta nilai r hitung $< r$ table, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi kuesioner sebagai alat ukur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Cronbach Alpha untuk mengukur skala rentangan seperti skala Likert 1 – 5. Uji reliabilitas adalah kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk dalam pengujian adalah item valid saja. Nilai Alpha 0.6 merupakan suatu batasan bagi instrumen dikatakan reliabel atau tidak. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$.

Pengujian variabel menggunakan program SPSS 22. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. *Repeated Measure* (Pengukuran Ulang)

Seseorang diberikan pertanyaan yang sama dalam waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.

b. *One Shot* (Pengukuran Sekali Saja)

Pengukuran dilakukan hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk variabel dinyatakan reliabel jika nilai cronbach alpha $> 0,60$.

2. **Uji Asumsi Klasik**

Untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan betul-betul terbebas dari adanya gejala Normalitas, Autokorelasi, Multikolinieritas, dan Heteroskedastisitas, perlu dilakukan pengujian yang disebut dengan uji asumsi klasik.

a. **Uji Normalitas**

Uji normalitas data digunakan untuk memenuhi apakah ada data pada variabel berdistribusi normal atau tidak normalnya. Uji ini merupakan salah satu asumsi klasik yang dikemukakan oleh Kolmogorov-Smirnov dalam pemakaian regresi, dengan kata lain persyaratan pemakaian regresi penyebaran data harus normal. Dengan kriteria, jika $\text{sig} > 0,05$ maka data tersebut secara normal dan sebaliknya jika $\text{sig} < 0,05$ maka data tersebar tidak dengan normal.

b. **Uji Autokorelasi**

Uji auto korelasi adalah pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak

berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi, yaitu uji Durbin Watson/DW Test, Singgih Santoso (2011). Dasar pengambilan keputusannya yaitu :

- (1) Apabila $du < DW$ maka $< 4-du$, maka tidak ada autokorelasi.
- (2) Apabila $du \leq DW \leq du$ atau $4-du \geq DW \geq 4-dl$, maka tidak ada kesimpulan yang dapat diambil.
- (3) $DW < dl$, maka autokorelasi positif.
- (4) $DW > 4-dl$, maka autokorelasi negatif.

Hasil perhitungan dilakukan perbandingan dengan F tabel. Kriteria pengujiannya adalah apabila nilai *Durbin Watson* $< F$ tabel, maka diantara variabel bebas dalam persamaan regresi tidak ada autokorelasi, demikian sebaliknya.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat dideteksi dengan menghitung koefisien ganda dan membandingkannya dengan koefisien korelasi antar variabel bebas. Uji kolinieritas dilakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan VIF (Variance Inflation Factor) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai tolerance < 1 dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.
- b. Jika nilai tolerance > 1 dan nilai VIF > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot (Ghozali, 2011:139).

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Nilai Konstanta
b ₁ , b ₂	= Koefisien Regresi
X ₁	= Gaya Hidup
X ₂	= Kelompok Referensi
e	= Standar Error (faktor penganggu)

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji goodness-fit dari model regresi. Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai dengan 1. Nilai R² yang lebih kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai R² yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

5. Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini, menggunakan *software SPSS22*, dengan cara memasukkan hasil dari operasionalisasi variabel yang akan diuji.

a. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Variabel bebas dikatakan berpengaruh terhadap variabel terikat dilihat dari probabilitas variabel bebas dibandingkan dengan tingkat kesalahannya (α). Jika probabilitas variabel bebas lebih besar dari tingkat kesalahannya (α) maka variabel bebas tidak berpengaruh, tetapi jika probabilitas variabel bebas lebih kecil dari tingkat kesalahannya (α) maka variabel bebas tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat. Model pengujiannya adalah :

- a. $H_0 = b_i = 0$, artinya variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.
- b. $H_a = b_i \neq 0$, artinya variabel bebas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Nilai thitung akan dibandingkan dengan nilai ttabel. Kriteria pengambilan keputusan, yaitu :
 - 1). H_0 diterima bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
 - 2). H_0 ditolak bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5$

b. Uji f

Uji f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (gaya hidup dan kelompok referensi) terhadap variabel terikatnya (keputusan pembelian). Untuk menguji uji F dengan rumus :

$$F = \frac{R^2(K-1)}{(1-R)(n-1)}$$

Keterangan :

F : Besarnya F hitung

n : Jumlah Sampel

K : Jumlah Variabel

R^2 : Koefisien Determinasi

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, maka variabel-variabel bebas (gaya hidup dan kelompok referensi) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

$H_1 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \neq 0$, maka variabel-variabel bebas (gaya hidup dan kelompok referensi) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a. Dengan membandingkan nilai fhitung dengan ftabel, Apabila ftabel > fhitung, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- b. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, apabila probabilitas signifikansi > 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, apabila probabilitas signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan signifikan, maka hipotesis ANOVA dapat diterima bahwa semua variabel bebas (gaya hidup dan kelompok referensi) layak untuk menjelaskan variabel terikat (keputusan pembelian).



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Sejarah Spotify

Spotify adalah layanan musik alir, siniar, dan video komersial Swedia yang menyediakan hak digital manajemen yang dilindungi konten dari label rekaman dan perusahaan media. Ini tersedia di sebagian besar Amerika, Eropa Barat dan Oseania. Musik dapat diakses atau dicari oleh artis, album, genre, playlist, atau label rekaman.

Spotify beroperasi di bawah model bisnis freemium, dengan dua streaming musik tingkatan: Spotify Gratis (160kbit/s) dan Spotify Premium (hingga 320kbit/s). Berlangganan Premium dapat menghapus iklan, meningkatkan kualitas audio dan memungkinkan pengguna untuk men-download musik untuk mendengarkan secara offline.

Spotify diluncurkan pada September 2008 oleh Swedia startup Spotify AB. Pada Juni 2015 Spotify memiliki lebih dari 75 juta pengguna aktif, termasuk sekitar 20 juta pengguna berbayar. Jumlah pelanggan dibayarkan mencapai 30 juta pada Maret 2016. Spotify Ltd beroperasi sebagai perusahaan induk, yang berkantor pusat di London, sementara Spotify AB menangani penelitian dan pengembangan di Stockholm.

Spotify, bersama-sama dengan industri musik streaming pada umumnya, menghadapi beberapa kritik dari seniman mengklaim mereka sedang tidak adil kompensasi untuk pekerjaan mereka sebagai penurunan penjualan musik download dan streaming musik meningkat. Tidak seperti fisik atau penjualan download, yang membayar harga tetap per lagu atau album, Spotify membayar seniman berdasarkan "pangsa pasar" mereka (jumlah aliran lagu mereka sebagai proporsi dari total lagu streaming pada layanan). Mereka mendistribusikan sekitar 70% untuk pemegang hak, yang kemudian akan membayar seniman berdasarkan perjanjian masing-

masing. Tak terduga, dan beberapa mengatakan tidak memadai, sifat kompensasi ini, yang telah dihitung menjadi serendah US\$0,0011 per streaming, telah menyebabkan kritik dari artis. Terutama, Thom Yorke dan discography Taylor Swift telah ditarik dari Spotify, dengan Swift mengklaim "Saya tidak bersedia untuk memberikan kontribusi karya hidup saya untuk percobaan yang saya tidak merasa cukup mengkompensasi para penulis, produser, artis, dan pencipta musik ini. "Menanggapi, Spotify mengklaim bahwa mereka mendapatkan manfaat bisnis musik dengan migrasi "mereka dari pembajakan dan platform kurang diuangkan dan memungkinkan mereka untuk menghasilkan royalti jauh lebih besar dari sebelumnya" dengan mendorong pengguna untuk menggunakan layanan mereka dibayar.

Spotify dikembangkan pada tahun 2006 oleh sebuah tim di Spotify AB, di Stockholm, Swedia. Perusahaan ini didirikan oleh Daniel Ek ex CTO Stardoll, dan Martin Lorentzon, co-pendiri TradeDoubler Judul perusahaan, menurut Daniel Ek, awalnya salah dengar dari nama berteriak oleh Martin Lorentzon. Kemudian mereka berpikir keluar etimologi dari portmanteau dari "spot" dan "identify".

Aplikasi Spotify diluncurkan pada 7 Oktober 2008. Sementara akun gratis tetap tersedia dengan undangan untuk mengelola pertumbuhan layanan, peluncuran dibuka langganan berbayar untuk semua orang . Pada saat yang sama, Spotify AB mengumumkan kesepakatan lisensi dengan label musik besar. Perusahaan ini melaporkan kerugian sebesar 31,8 juta kronor (\$ 4,4 juta) pada tahun 2008.

Pada tanggal 10 Februari 2009 Spotify membuka pendaftaran gratis di Inggris (UK). terdaftar melonjak setelah rilis layanan seluler, yang mengarah Spotify untuk menghentikan pendaftaran di Inggris untuk bagian dari 2009, kembali ke undangan - satunya kebijakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada 4 Maret 2009, Spotify mengumumkan cacat keamanan dalam layanannya, dimana informasi rekening pribadi (termasuk alamat email, dan password) anggota yang terdaftar sebelum 19 Desember 2008 berpotensi terkena. Resep Premium (Kode premium) yang ditawarkan untuk 2009 musim Natal yang memungkinkan penerima untuk meng-upgrade akun status "Premium" untuk 1, 3, 6 atau 12 bulan. Pada tanggal 28 Januari 2010, perangkat lunak antivirus Symantec ditandai Spotify sebagai kuda Trojan, menonaktifkan perangkat lunak di jutaan komputer. Pada bulan Februari 2010, Spotify menerima investasi kecil dari Founders Fund, di mana anggota dewan Sean Parker direkrut untuk membantu Spotify di "memenangkan label lebih di pasar musik terbesar di dunia". Pada 18 Mei 2010, Spotify mengumumkan bahwa dua lagi jenis account yang tersedia: Spotify terbatas, yang setara dengan Spotify Premium tanpa ponsel dan lainnya fitur, dan Spotify Terbuka, versi pengurangan fitur Spotify Gratis, yang memungkinkan pengguna untuk mendengarkan hingga 20 jam musik per bulan. Selama tahun 2010, Spotify membayar lebih dari € 45.000.000 untuk lisensinya. Pada bulan Maret 2011, Spotify mengumumkan bahwa mereka memiliki satu juta pelanggan membayar seluruh Eropa, dua kali lipat pada bulan September sampai dua juta. Pada tanggal 1 September 2010, World Economic Forum (WEF) mengumumkan perusahaan sebagai Perintis Teknologi untuk 2011. Pada tanggal 25 Maret 2011 Spotify sementara dihapus menampilkan iklan dari sumber eksternal pada rekening terbuka dan bebas, karena serangan yang menggunakan Java mengeksploitasi untuk menempatkan kode berbahaya pada komputer korban. Sebelum mereka menawarkan mobile dan gratis unlimited, di sebagian besar lokasi, masa percobaan gratis enam bulan ditawarkan, yang memungkinkan pengguna untuk mendengarkan jumlah yang tidak terbatas musik yang didukung oleh visual dan radio-gaya iklan. Setelah masa percobaan, Spotify memiliki batas mendengarkan dari 10 jam per bulan, dibagi menjadi bagian mingguan 2,5 jam (jam terpakai dibawa). satu-satunya lokasi dibebaskan dari aturan ini adalah Australia,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hong Kong, Malaysia, Selandia Baru, Singapura, dan Amerika Serikat, di mana streaming yang terbatas didukung iklan melanjutkan Spotify Gratis. Sebuah "Unlimited" langganan dihapus iklan dan batas waktu, dan "Premium" langganan unggulan Streaming bitrate tinggi dan akses offline. Aplikasi ini dapat digunakan tanpa akun premium. Pengguna dapat mencoba Spotify Premium selama 48 jam dengan login ke Spotify Mobile untuk pertama kalinya, atau mendapatkan trial 30-hari selama satu bulan pertama mereka. Sebuah akun Facebook yang aktif diperlukan untuk menggunakan Spotify jika pengguna mendaftar melalui Facebook; tetapi, seperti 30 Agustus 2012, pilihan untuk membuat username Spotify kembali ditawarkan. Langganan diperlukan kartu kredit/debit atau PayPal account yang terdaftar di negara-negara tertentu. Atau, kartu prabayar bisa dibeli di toko ritel di negara.

Pada 15 April 2011, Spotify mengumumkan melalui posting blog bahwa mereka secara drastis akan memotong jumlah musik yang anggota gratis bisa mengakses, mulai 1 Mei 2011. posting tersebut menyatakan bahwa semua anggota Spotify Terbuka dan Spotify Gratis akan ditransfer ke produk baru yang audio yang terbatas streaming untuk 10 jam per bulan. Selain itu, masing-masing lagu terbatas pada lima drama. Spotify Unlimited dan Spotify Premium anggota tidak terpengaruh oleh perubahan ini. pengguna baru dibebaskan dari perubahan ini selama enam bulan.

Pada tanggal 17 Juni 2011, dilaporkan bahwa Spotify telah mengamankan US \$ 100 juta dari dana dan merencanakan untuk menggunakan ini untuk mendukung peluncuran AS-nya. Babak baru pendanaan senilai perusahaan pada US \$ 1 miliar.

Pada tanggal 14 September 2011, Spotify meluncurkan layanan AS, setelah penundaan dan tahun negosiasi dengan empat perusahaan rekaman besar. Pada 30 November 2011, Spotify meluncurkan Spotify Apps dan App Finder dengan mitra peluncuran yang termasuk Rolling

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Stone, Kita Diburu, Top10, Songkick, The Guardian, Soundrop dan Last.fm.

Pada bulan November 2011, Spotify memperkenalkan layanan Spotify Apps yang memungkinkan bagi pengembang pihak ketiga untuk berkontribusi aplikasi HTML5 yang dapat di-host dalam pemutar desktop yang Spotify. Aplikasi tersedia fitur seperti lirik disinkronisasi, ulasan musik, dan playlist curated.

Saat peluncuran, aplikasi yang didukung termasuk Billboard, Fuse, The Guardian, Last.fm, Moodagent, Pitchfork, Rolling Stone, Songkick, Soundrop, TuneWiki dan Kami Diburu. Pada bulan Juni 2012, Soundrop menjadi yang pertama aplikasi Spotify untuk menarik dana yang besar dengan \$ 3.000.000 Seri A pendanaan dari Spotify investor Northzone. Layanan Spotify Apps dihentikan pada bulan Oktober 2014.

Pada tanggal 29 Maret 2012, Spotify dihapus pembatasan yang membatasi non-AS pengguna bebas untuk lima memainkan sebuah lagu yang diberikan.; meskipun pembatasan terus di Inggris dan Prancis. Batas 10 jam per bulan tetap di tempat untuk semua akun gratis lebih dari enam bulan; sementara perusahaan juga mengumumkan "lanjut unlimited gratis mendengarkan" untuk pengguna di AS.

Pada bulan Agustus 2012, Time melaporkan empat juta pelanggan membayar, memproduksi setidaknya € 20.000.000 per bulan pendapatan. Sebuah babak yang dipimpin Goldman Sachs dana ditutup pada bulan November 2012, mengangkat sekitar US \$ 100 juta pada penilaian \$ 3 miliar.

Pada tanggal 19 Maret 2013, Spotify dihapus pembatasan 5-play di Inggris. Pada 5 April 2013, Spotify dirilis Pesan dan Jelajahi sebagai pembaruan aplikasi. Pesan dapat dikirim ke pengguna lain dan dilihat dari aplikasi desktop. Isi pengguna diizinkan untuk menemukan playlist dan

grafik yang dibuat oleh pengguna lain menggunakan filter seperti genre, suasana hati atau kegiatan.

Pada tanggal 16 April 2013 Spotify diluncurkan di Apple App Store, Google Play Store dan Windows Phone Store di Singapura, Hong Kong, Malaysia, Estonia, Latvia, Lithuania, Meksiko dan Islandia. Setelah dirilis pada bulan April 2013, single Daft Punk, "Get Lucky", menerima jumlah tertinggi drama dari setiap lagu dalam satu hari.

Pada 11 Desember 2013, Ek mengumumkan fitur streaming yang gratis bagi pengguna iPhone dan Android, yang memungkinkan mereka untuk melakukan streaming artis dan playlist dari ponsel mereka. Sebelumnya, pengguna Spotify terbatas pada mendengarkan stasiun radio yang mirip dengan artis atau playlist. Fitur ini memungkinkan mereka untuk memutar trek beringsut dari artis tertentu atau playlist. Update ini juga termasuk fitur baru bagi pengguna tablet, memungkinkan mereka untuk mendengarkan setiap lagu setiap saat. Dalam review tahunan, perusahaan streaming yang mengungkapkan bahwa 24 juta pengguna aktif streaming lebih dari 4,5 miliar jam musik pada tahun 2013.

Pada tanggal 6 Maret 2014, Spotify mengumumkan bahwa mereka telah mengakuisisi The Echo Nest, yang juga disediakan data ke pesaing Spotify. Pada tanggal 25 Maret 2014, Spotify meluncurkan kampanye iklan di Facebook, serta aplikasi sendiri mempromosikan Spotify Premium untuk Siswa, tawaran diskon untuk berlangganan bulanan ditargetkan mahasiswa di AS.

Pada bulan Juni 2014, Spotify merilis Web API baru yang memungkinkan pengembang pihak ketiga untuk mengintegrasikan konten Spotify di aplikasi mereka sendiri. The Spotify Web API adalah layanan web berdasarkan prinsip pengalihan negara Representasi yang dapat diakses oleh program melalui hypertext transfer Protocol. Ia mengembalikan data tentang album, artis, lagu, playlist dan sumber daya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lainnya Spotify dalam format JSON. Untuk mengakses beberapa dataset sensitif (seperti data profil pengguna), program harus menyediakan token akses OAuth dengan permintaan mereka.

Pada tanggal 28 Januari 2015, Sony Computer Entertainment mengumumkan bahwa Spotify akan kekuatan layanan musik baru mereka, yang disebut PlayStation Music. Layanan baru diluncurkan pada tanggal 30 Maret, dan untuk menggantikan Music Unlimited.

Pada bulan April 2015, Spotify mulai menaikkan putaran lain dari modal, menarik Goldman Sachs dan dana sovereign wealth Abu Dhabi. putaran ini modal ditutup pada bulan Juni 2015, menimbulkan \$ 526.000.000 dalam penggalangan dana yang menghargai itu pada \$ 8530000000.

Pada bulan Juni 2015, Spotify diperoleh Seed Ilmiah, ilmu Data perusahaan konsultan dan analisis perusahaan. Spotify mengumumkan Bibit tim Scientific akan memimpin unit Advanced Analytics dalam perusahaan fokus pada pengembangan layanan data.

Pada bulan Januari 2016, Spotify adalah meningkatkan lagi \$ 500.000.000 melalui obligasi konversi.

Spotify Masuk Indonesia

Lewat halaman Facebook resminya, Spotify mengumumkan bahwa layanannya akan tersedia di Indonesia pada 30 Maret mendatang. "We are so excited to announce that Spotify will be available in Indonesia in just 10 days! Stay tuned for more updates." tulis Spotify pada Minggu (20/3/2016) sore. Jadwal pasti dari kehadiran Spotify tertera di bagian "About" di laman web miliknya, lewat kalimat berbunyi, "Coming to Indonesia on 30th March, Spotify brings you music for every moment. Play, discover and share for free." Spotify juga telah menyiapkan akun Twitter resmi untuk layanannya di Indonesia dengan ID @SpotifyID. Kicauan pertama

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akun tersebut pada Minggu (20/3/2016) adalah "HALO INDONESIA!!!" dengan tagar #WaktunyaSpotify.

Pengguna di Indonesia kini bisa mengunduh aplikasi Spotify di berbagai gadget milik mereka, seperti Android, iOS, komputer desktop, dan Playstation. Selain itu juga bisa mendengarkan langsung melalui halaman web streaming-nya. Pantauan KompasTekno, setelah memasang aplikasinya melalui Google Play, pengguna akan disambut dengan sejumlah daftar lagu. Salah satunya dibalut boks bertajuk "Waktunya Spotify" yang berisi berbagai lagu Indonesia populer. Aplikasi over the top (OTT) asal Swedia ini juga sudah mencantumkan harga berlangganan di Indonesia. Mereka mematok harga Rp 50.000 per bulan. Hal menarik dari pembayaran tersebut adalah sistemnya yang cenderung berbeda dengan layanan OTT lain. Spotify menawarkan metode pembayaran transfer ATM, internet banking, online payment Doku Wallet hingga membayar melalui jaringan toko waralaba Alfamart.

Kehadiran Spotify di Indonesia meramaikan persaingan layanan streaming musik. Seperti diketahui, selain aplikasi yang identik dengan warna hijau ini, ada juga iTunes Music, Joox, Langit Musik dan Guvera. Aplikasi Spotify bisa diunduh melalui Google Play Store, Apple App Store, atau melalui PC.

Fitur-Fitur Spotify

1. Membuat Playlist Sendiri

Semua lagu yang tersedia di Spotify bisa Anda masukkan ke dalam playlist milik Anda sendiri. Ada sekitar 30 juta lagu baik dari Indonesia maupun mancanegara. Bayangkan berapa banyak playlist yang bisa Anda buat sesukanya. Yang lebih menarik, playlist yang Anda buat bisa Anda bagikan ke teman-teman Anda di Spotify, maupun lewat media sosial seperti Facebook dan Twitter. Jika ingin diatur sebagai private playlist pun bisa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Mendengarkan Playlist Orang Lain

Jika Anda sedang bosan dengan playlist sendiri, Anda bisa menikmati playlist yang dibuat oleh orang lain, seperti teman-teman Anda di Spotify atau siapapun yang Anda follow termasuk para ahli musik di Indonesia.

3. Pilihan Lagu Berdasarkan Genre dan Mood

Selain bisa mencari lagu berdasarkan nama musisi, judul lagu, atau albumnya, Anda juga bisa memilih berdasarkan genre dan mood. Contohnya jika Anda ingin mendengarkan musik di suasana yang santai, Anda akan dibawa ke berbagai playlist yang menawarkan lagu-lagu yang relax bernuansa akustik.

4. Dengarkan lagu secara offline

Streaming lagu memang membutuhkan kuota data. Karena itu Spotify menyediakan opsi untuk mengunduh lagu-lagu favorit Anda sehingga bisa didengarkan secara offline. Meski begitu, fitur ini hanya tersedia jika Anda menggunakan langganan premium. Di Indonesia, biaya berlangganannya termasuk sangat terjangkau, yakni hanya Rp49.990 per bulan.

5. Memutar Audio Kualitas Tinggi

Menjadi pelanggan premium juga akan memberi Anda opsi untuk memilih kualitas audio dari lagu yang Anda dengarkan, yakni hingga 320 kbps.

6. Tampilkan Lirik dan Ikut Menyanyi

Salah satu yang menarik dari Spotify adalah dapat menampilkan lirik lagu layaknya karaoke. Dengan cukup menekan tombol Lyrics, lirik lagu akan tampil sesuai dengan lagunya sehingga Anda bisa ikut bernyanyi bersama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Bermain Game Sambil Mendengarkan Musik

Selain bisa diakses melalui aplikasi di perangkat mobile dan PC, Spotify juga menawarkan aplikasi khusus untuk konsol game PlayStation 4 dan PlayStation 3. Anda bisa bermain game dengan tetap memutar lagu-lagu lewat Spotify di konsol Anda.

8. Fitur Khusus Untuk yang Hobi Lari

Spotify memiliki fitur khusus bagi Anda yang gemar berolahraga dengan berlari. Ketika berlari, Spotify akan secara non-stop memutar musik dengan tempo yang disesuaikan dengan ayunan langkah Anda. Tentunya, Anda bisa berlari dengan lebih semangat.

D. Pertumbuhan Pengguna Spotify

Layanan musik streaming, Spotify, mengungkapkan bahwa perusahaan mendapat kenaikan jumlah pengguna berbayar melalui layanan premiumnya. Dengan begitu, Spotify mengklaim mereka menjadi penyedia audio platform terbesar di dunia.

Mengutip dari laporan resminya, pelanggan Spotify premium naik 31% menjadi 113 juta pelanggan pada Kuartal III 2019. Sedangkan pengguna aktifnya juga ikut naik 30% menjadi 248 juta pengguna, dibandingkan periode yang sama pada 2018.

Wajar saja jika Spotify mengungguli pesaingnya, Apple Music, mengingat pengguna Spotify bisa menikmati layanan mereka secara gratis. Sedangkan pesaingnya memberikan syarat berlangganan untuk mengakses layanan.

Hingga akhir tahun 2019, Spotify memperkirakan jumlah pelanggan premiumnya mencapai 120 juta sampai 125 juta pelanggan. Sementara pengguna aktifnya ditargetkan naik antara 225 juta sampai 270 juta pengguna.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perusahaan asal Swedia ini juga melaporkan total keuntungan yang didapat, naik 28% menjadi 1,731 juta euro atau sekitar Rp26,9 miliar pada Kuartal III 2019. Angka tersebut diakui telah melebihi perkiraan perusahaan.

Sementara keuntungan dari pelanggan premium naik 29% yoy menjadi 1,561 juta euro atau sekitar Rp24,2 miliar. Sedangkan pendapatan yang didukung dari iklan naik 20% yoy menjadi 170 juta euro atau sekitar Rp2,6 triliun.

Alamat Akses Spotify

Spotify dapat diakses melalui <http://www.spotify.com/id/> alamat tersebut dapat diakses melalui komputer/laptop/smartphone. Spotify juga dapat diakses dengan menggunakan aplikasi yang dapat diunduh di App Store ataupun Play Store.

F. Musik yang Ditawarkan Spotify

Ada beberapa bagian yang disediakan dalam aplikasi Spotify seperti Genre & Moods, Charts, dan Podcast.

1. Genre & Moods

Genre yang ditawarkan Spotify terdiri dari Pop, Romance, EDM, Chill, K-Pop, Hip-Hop, Decades, Accoustic, Folk, Indie, Jazz, Rock, Metal, RnB, Reggae, Soul, Classical, Punk, Country, Blue, Latin, Kids & Family, TV & Movies, dan J-Track.

Sedangkan untuk Moods sendiri ada beberapa Moods yang disediakan oleh Spotify seperti Sleep, Travel, Workout, Focus, Trending, Fresh Finds, Comedy, Dinner, Gaming, dan Word.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Charts

Untuk Charts sendiri ada beberapa Charts yang disediakan oleh Spotify seperti, Global Viral 50, Indonesia Viral 50, Global Top 50, Indonesia Top 50, Viral 50 by Country, dan Top 50 by Country.

3. Podcast

Podcast adalah program episode yang tersedia di internet. Podcast biasanya berisi rekaman asli audio dari sebuah siaran televisi atau program radio. Ada beberapa jenis Podcast yang dapat kita dengarkan di Spotify, Seperti Podcast berita, film, olahraga, pengetahuan, dll.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik Spotify, hipotesis pertama terbukti. Hasil ini mengisyaratkan bahwa semakin tinggi pengaruh gaya hidup seseorang akan mendorong semakin tingginya keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik. Sebaliknya jika gaya hidup seseorang rendah, maka keputusan pembelian akan mengalami penurunan.
2. Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik Spotify, hipotesis kedua terbukti. Hasil ini mengisyaratkan bahwa semakin tinggi pengaruh kelompok referensi seseorang maka akan mendorong semakin tingginya keputusan pembelian layanan premium. Sebaliknya jika kelompok referensi seseorang rendah, maka keputusan pembelian akan mengalami penurunan.
3. Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik Spotify, hipotesis ketiga terbukti. Hasil ini mengisyaratkan bahwa gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini yaitu :

1. Faktor gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, itu berarti perusahaan Spotify disarankan agar terus melihat gaya hidup konsumen dari masa ke masa dan gaya hidup konsumen dari berbagai latar belakang, karena gaya hidup dari calon konsumen itu bergerak dinamis dan bermacam-macam dengan kemampuan untuk meraih berbagai macam gaya hidup dari calon konsumen maka keputusan pembelian layanan premium juga akan semakin meningkat.
2. Faktor kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, itu berarti perusahaan Spotify disarankan agar dapat lebih menjangkau lebih banyak kalangan calon konsumen, karena besar kemungkinan seseorang terpengaruh sehingga melakukan pembelian karena dipengaruhi oleh kelompok referensinya seperti teman dan keluarga. Bisa juga dengan melakukan promosi produk ke kalangan artis atau orang-orang yang dapat mempengaruhi orang lain, dengan begitu maka keputusan pembelian layanan premium juga akan semakin meningkat.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat menambahkan variabel lain seperti faktor keluarga, budaya, motivasi, persepsi, dan lain-lain.
4. Untuk mendukung hasil penelitian ini disarankan kepada peneliti-peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian serupa dengan batasan-batasan tertentu yang lebih bervariasi seperti menambah jumlah sampel agar kesimpulan yang diperoleh lebih baik daripada penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Surat Al-Baqarah (2) ayat 275. Al-Qur'an Perkata Transliterasi. Cetakan ke 1: Cordoba International Indonesia
- Al-Qur'an Surat An-Nisa (4) ayat 29. Al-Qur'an Perkata Transliterasi. Cetakan ke 1: Cordoba International Indonesia
- Apriyandani, Hendi. 2017. Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Smartphone iPhone). Skripsi Fakultas Ilmu Administari. Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Administrasi Binis, Universitas Brawijaya.
- As'ad, Desy Rahmillah. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Android Samsung di MTC Kota Makassar. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Manajemen. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Azis, Abdul. 2018. Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Kecamatan Tamalate Kota Makassar. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Manajemen Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Chaplin, J.P. 2005. Kamus Lengkap Psikologi. Jakarta. Rajawali Press
- CNBC Indonesia. 2019. Berebut Kue Streaming Musik di <http://cnbcindonesia.com> (akses 20 November 2019)
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadits riwayat Ibnu Majah
- Kotler, Philip and Armstrong Gary. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Philip and Armstrong Gary. 2018. Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12. Jakarta
- Kumparan.com, (2019, 29 Oktober), Jumlah Pengguna Berbayar Spotify Capai 113 Juta, diakses pada 12 Maret 2020, dari <https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-berbayar>

Spotify-capai-113-juta-1s9Eb4cECGd

Kumparan.com, (2019,31 Juli), Pendapatan Q2 Spotify Lampau Proyeksi, diakses pada 12 Maret 2020, dari <https://kumparan.com/jejaktekn o/pendapatan-q2-spotify-lampau-proyeksi-1rZn1do8RGm>

Kumparan.com, (2019, 30 April), Spotify Berhasil Torehkan 100 Juta Pengguna Berbayar di Q1 2019, diakses pada 12 Maret 2020, dari <https://kumparan.com/jejaktekn o/spotify-berhasil-torehkan-100-juta-p engguna-berbayar-di-q1-2019-1qzHwQD23b1>

Kumparan.com (2019, 6 Februari), Pendapatan Spotify Naik 30 Persen di Q4, diakses pada 12 Maret 2020, dari <https://kumparan.com/jejakte kno/pendapatan-spotify-naik-30-persen-di-q4-15494535739854350 73>

Kumparan.com (2020, 12 Maret), Begini cara dapat diskon 50% Spotify Premium untuk Mahasiswa, diakses pada 12 Maret 2020, dari <https://kumparan.com/kumparantech/begini-cara-dapat-diskon-50-spotify-premium-untuk-mahasiswa-1t0PRy8beF2>

Inet.detik.com, (2019, 09 Februari), Spotify Catat Keuntungan Rp 1,5 triliun, diakses pada 12 Maret 2020, dari <https://inet.detik.com/bu siness/d-4420880/spotify-catat-keuntungan-rp-15-triliun>

Inet.detik.com, (2019, 15 Januari), Pengguna Aktif Bulanan Spotify Tembus 200 Juta, diakses pada 12 Maret 2020, dari <https://inet.deti k.com/cyberlife/d-4385587/pengguna-aktif-bulanan-spotify-tembus -200-juta>

Machfoedz, M. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Erlangga

Malikah. 2016. *Pengaruh Kelas Sosial, Keluarga, Gaya Hidup, dan Motivasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian di Swalayan Surya Gandong*. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Mauliansyah, Roni. 2015. *Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Kota Langsa*. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra.

Moutherbaugh and Hawkins. 2014. *Consumer Behaviour (Building Marketing Strategy)*. Singapore.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nugroho J. Setiadi. 2010. *Perilaku Konsumen* (Edisi Revisi). Jakarta: Kencana
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson.* 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta.
- Portal.axa.co.id, (2019, 22 April), Sejarah Music Streaming Online “Spotify” yang Patut Diketahui, diakses pada 25 April 2020, dari <https://portal.axa.co.id/direct/tips/detail/sejarah-music-streaming-online-spotify-yang-patut-diketahui>
- Purimahua. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Edisi Keempat. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson.* 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Swastha dan Handoko. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta
- Tekno.kompas.com, (2019, 27 Agustus), Pengguna Baru Spotify Bisa Jajal Fitur Premium Gratis, diakses pada 12 Maret 2020, dari <https://tekno.com/read/2019/08/27/15310057/pengguna-baru-spotify-bisa-jajal-fitur-premium-gratis>



L A M P I R A N

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN PREMIUM APLIKASI STREAMING MUSIK SPOTIFY (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU)

Saya Wahyu Pangestu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Memohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner ini secara jujur. Data yang saudara/saudari berikan pada kuesioner ini akan dijamin kerahasiaannya dan semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN PREMIUM APLIKASI STREAMING MUSIK SPOTIFY (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UIN SUSKA RIAU)”** pada program S1 Manajemen.

Atas kerjasama dan perhatian saudara/saudari saya ucapkan terimakasih.

1. IDENTITAS RESPONDEN

Identitas	Jawaban
Nama	
Jenis Kelamin	
Usia	
Agama	
Fakultas	
Program	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Petunjuk Pengisian

1. Bacalah pernyataan dengan teliti dan pilihlah jawaban yang menurut anda paling sesuai
2. Berilah tanda ceklis (\checkmark) pada jawaban yang paling sesuai menurut anda

Keterangan Jawaban

No	Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. Pernyataan

a. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli layanan premium Spotify karena saya membutuhkannya					
2	Saya membeli layanan premium Spotify karena terbukti bagus dan banyak yang menggunakannya					
3	Saya membeli layanan premium karena banyak					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	yang menjual dan mudah untuk didapatkan					
	Saya membeli layanan premium Spotify dalam jangka waktu tertentu misalnya 3 bulan sekali					
	Saya sudah membeli layanan premium Spotify lebih dari 1 kali					
	Metode pembayaran untuk membeli layanan premium Spotify sangat beragam					

b. Variabel X1 (Gaya Hidup)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli layanan premium Spotify karena membantu aktivitas saya ketika ingin mendengarkan musik.					
	Saya menikmati fitur-fitur layanan premium Spotify					
	Saya senang mengisi waktu kosong saya dengan mendengarkan musik					
	Banyaknya					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

layanan premium serupa tidak menurunkan minat saya untuk tetap menggunakan layanan premium Spotify					
Saya berminat menggunakan layanan premium Spotify karena fitur-fitur layanan premiumnya					
Banyaknya fitur dan pengalaman yang baik membuat saya berminat untuk tetap menggunakan layanan premium Spotify					
7	Menurut saya layanan premium Spotify sudah sangat bagus				
	Menurut saya Spotify sangat cocok digunakan oleh mahasiswa				
	Menggunakan layanan premium Spotify memberikan kepuasan tersendiri bagi saya				



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Variabel X2 (Kelompok Referensi)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya tertarik membeli layanan premium Spotify setelah melihat teman saya menggunakan layanan tersebut					
2	Saya tertarik menggunakan layanan premium Spotify setelah melihat teman saya membagikannya di media sosial					
3	Teman saya mengajak saya untuk menggunakan layanan premium Spotify					
4	Teman saya menyarankan saya untuk menggunakan layanan premium Spotify dibanding layanan premium sejenis dari aplikasi lainnya					
5	Keluarga saya ada yang menggunakan layanan premium					



Spotify					
---------	--	--	--	--	--



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TABULASI DATA

	GAYA HIDUP (X1)								Total	KELOMPOK REFERENSI (X2)					Total	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						Total
	1	2	3	4	5	6	7	8		9	1	2	3	4		5	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	4	5	25
4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	5	21	4	4	4	3	3	4	22
5	4	4	5	4	5	5	4	4	40	4	5	5	5	4	23	4	4	5	5	4	4	26
4	4	4	5	4	5	5	4	4	39	4	5	5	4	5	23	4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	3	22
5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	3	4	23
4	4	5	4	4	5	4	4	4	39	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	5	4	4	4	4	40	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	4	27
4	4	4	4	5	5	4	4	4	39	4	5	5	4	4	22	4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	5	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	20	3	3	4	5	4	4	23
4	4	5	5	4	4	4	4	4	39	4	5	4	5	4	22	4	5	4	4	4	4	25
5	4	5	5	5	5	5	4	4	44	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	3	3	4	4	4	34	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	3	3	22
5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	4	4	4	4	4	40	4	4	5	5	5	23	4	4	5	4	5	4	26
4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	3	4	22
4	4	5	5	5	5	5	5	5	43	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24

4	4	4	4	5	4	4	37	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	3	3	22
5	5	4	5	5	5	5	44	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	4	4	4	39	4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	4	33	4	3	3	3	4	17	3	3	3	4	4	4	21
5	4	4	4	4	4	4	37	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	4	4	4	38	4	4	5	5	4	22	4	4	4	3	3	4	22
4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	3	4	22
4	4	4	4	4	4	3	34	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	5	5	37	4	3	3	4	4	18	3	4	4	4	4	4	23
4	4	3	4	4	4	3	34	4	4	4	5	4	21	4	3	3	4	4	4	22
4	4	4	4	4	5	4	37	4	4	4	5	4	21	4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	5	5	4	38	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	4	4	5	4	41	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	5	4	25
5	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	3	3	22
4	5	5	5	5	5	5	44	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	4	37	4	4	5	4	4	21	4	3	3	3	4	4	21
4	4	4	4	5	5	4	38	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	4	39	4	5	5	4	5	23	5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	36	4	5	4	4	4	21	3	3	3	4	4	4	21
3	3	3	4	4	4	4	32	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	5	4	26
4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	4	40	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	4	34	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	3	4	23
4	4	3	3	3	4	4	33	4	3	3	3	3	16	4	3	3	3	4	4	21
4	4	4	5	5	4	4	39	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	3	4	21

ngutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 n hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pengalihan, atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.
 n tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 ngumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Sy

UIN SUSKA RIAU

4	4	4	4	5	5	4	38	4	4	3	4	4	19	3	4	3	3	4	4	21
5	5	5	5	4	4	5	43	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	4	5	37	5	4	4	5	5	23	4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	3	4	4	35	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	5	4	25
5	5	5	5	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	4	26
5	4	4	4	5	4	5	39	3	4	4	4	4	19	4	4	4	5	4	4	25
4	3	3	3	4	3	3	29	5	5	5	5	4	24	4	4	3	3	3	4	21
4	4	4	5	4	5	5	39	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	4	27
4	3	3	4	4	3	4	34	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	3	4	34	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	5	4	4	38	4	5	5	4	4	22	4	4	3	4	4	4	23
3	3	3	3	4	3	4	31	5	5	5	5	5	25	4	4	4	3	3	3	21
5	5	5	4	4	4	4	38	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	3	4	3	31	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	4	3	4	35	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	4	44	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	4	4	4	34	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	5	4	29
3	4	3	3	3	3	3	30	4	3	4	3	4	18	4	3	3	3	4	4	21
4	3	3	3	3	4	4	32	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	5	5	4	41	4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	5	5	26
4	3	3	3	3	3	3	30	4	3	4	4	4	19	4	4	3	3	3	4	21
4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	5	4	4	21	3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	4	36	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	38	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	5	5	5	5	41	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	5	4	28

State Islamic University of Sultan Syarif Qasim
 ta milik UIN Suska Riau
 ngutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 n hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pengalihan, atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.
 n tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 ngumumkan dan memperbanyak sebagai atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.

4	4	4	4	4	4	37	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	4	3	30	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	3	3	21
4	4	3	3	3	3	32	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	5	29
4	4	5	4	4	5	38	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	4	5	41	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	4	28
5	5	4	5	4	4	42	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	3	30	4	4	3	3	3	17	4	4	3	3	4	3	21
3	4	4	4	3	3	33	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	5	41	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	4	4	5	37	4	4	4	3	4	19	5	5	4	4	4	4	26
4	3	4	4	4	4	35	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	3	34	4	5	4	4	4	21	4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	4	23
4	5	5	4	5	5	41	5	4	5	5	5	24	5	5	4	4	4	4	26
5	4	4	4	4	5	40	4	5	5	4	5	23	5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	5	37	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	5	5	5	43	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	5	5	28
5	4	3	4	4	4	37	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	4	4	25
5	4	4	4	4	4	38	4	5	5	5	4	23	4	4	4	5	4	5	26
5	4	5	5	4	4	40	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	4	4	27
4	4	4	4	4	3	35	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	37	3	3	3	3	4	16	4	4	3	4	4	4	23
4	5	4	4	4	5	38	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	3	34	4	5	5	4	5	23	4	4	5	4	4	4	25
5	4	3	4	3	3	34	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	4	4	23

UIN SUSKA RIAU

4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	5	39	4	5	5	5	5	24	5	4	4	4	4	4	25
4	4	3	3	3	4	32	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	34	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	4	4	43	5	4	4	4	4	21	4	5	4	5	5	5	28



RELIABILITY

```

>VARIABLES=GH1 GH2 GH3 GH4 GH5 GH6 GH7 GH8 GH9
>SCALE('ALL VARIABLES') ALL
>MODEL=ALPHA
>SUMMARY=TOTAL.
    
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

R

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.860	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
GH1	32.7100	10.248	.466	.857
GH2	32.8100	10.357	.518	.852
GH3	32.8300	10.042	.563	.848
GH4	32.8300	9.254	.661	.838
GH5	32.8500	9.139	.692	.835
GH6	32.8500	9.583	.627	.842
GH7	32.8200	9.119	.670	.837
GH8	32.8400	9.994	.512	.853
GH9	32.9000	9.707	.570	.847

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RELIABILITY
 >VARIABLES=KR1 KR2 KR3 KR4 KR5
 >SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 >MODEL=ALPHA
 >SUMMARY=TOTAL.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KR1	16.8500	4.210	.472	.807
KR2	16.7500	3.402	.651	.756
KR3	16.7700	3.108	.700	.739
KR4	16.7100	3.481	.634	.761
KR5	16.8000	3.980	.545	.789

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RELIABILITY
 >VARIABLES=KP1 KP2 KP3 KP4 KP5 KP6
 >SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 >MODEL=ALPHA
 >SUMMARY=TOTAL.

Reliability
 Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.790	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	20.2200	3.769	.475	.773
KP2	20.1800	3.381	.591	.746
KP3	20.2300	3.108	.666	.725
KP4	20.2600	3.245	.597	.744
KP5	20.2900	3.319	.568	.752
KP6	20.2200	3.971	.349	.797

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

```

REGRESSION
>MISSING LISTWISE
>STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
>CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
>NOORIGIN
>DEPENDENT KP_TOT
>METHOD=ENTER GH_TOT KR_TOT
>SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
>RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
>SAVE RESID.
    
```

Regression

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KR_TOT, GH_TOT ^b		Enter

- a. Dependent Variable: KP_TOT
- b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.733 ^a	.538	.528	1.50355	1.978

- a. Predictors: (Constant), KR_TOT, GH_TOT
- b. Dependent Variable: KP_TOT

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	254.875	2	127.438	56.372	.000 ^b
	Residual	219.285	97	2.261		
	Total	474.160	99			

- a. Dependent Variable: KP_TOT
- b. Predictors: (Constant), KR_TOT, GH_TOT



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.627	1.860		2.487	.015	
	GH_TOT	.307	.045	.487	6.740	.000	.913
	KR_TOT	.397	.068	.423	5.847	.000	.913

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics VIF	
1	(Constant)		
	GH_TOT		1.096
	KR_TOT		1.096

a. Dependent Variable: KP_TOT

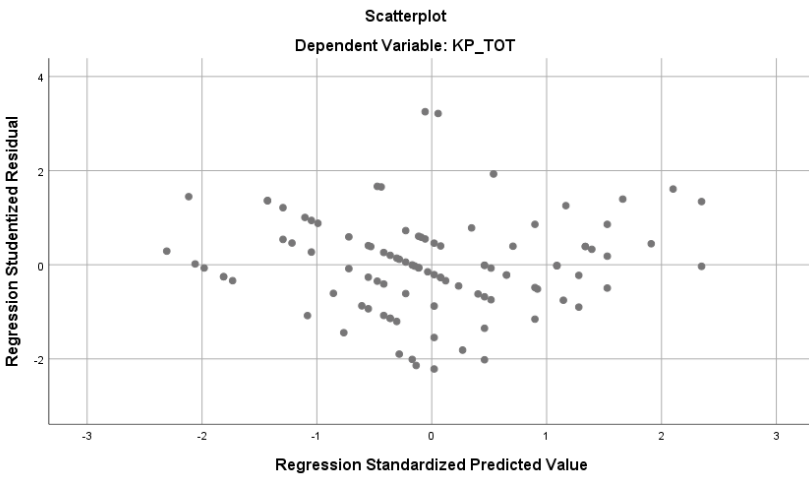
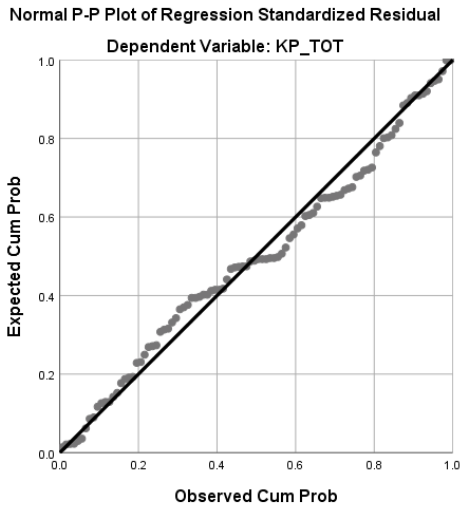
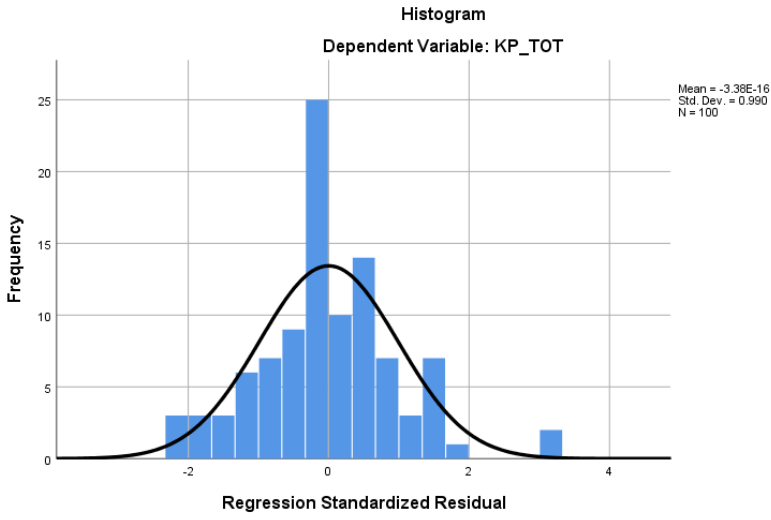
Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	GH_TO T	KR_TO T
1	1	2.988	1.000	.00	.00	.00
	2	.008	19.756	.05	.32	.91
	3	.004	26.720	.95	.68	.09

a. Dependent Variable: KP_TOT

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





NP-TESTS
 /K-S(NORMAL)=RES_1
 /MISSING ANALYSIS.

NP-Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.48828642
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.064
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

NP-TESTS
 /RUNS(MEDIAN)=RES_1
 /MISSING ANALYSIS.

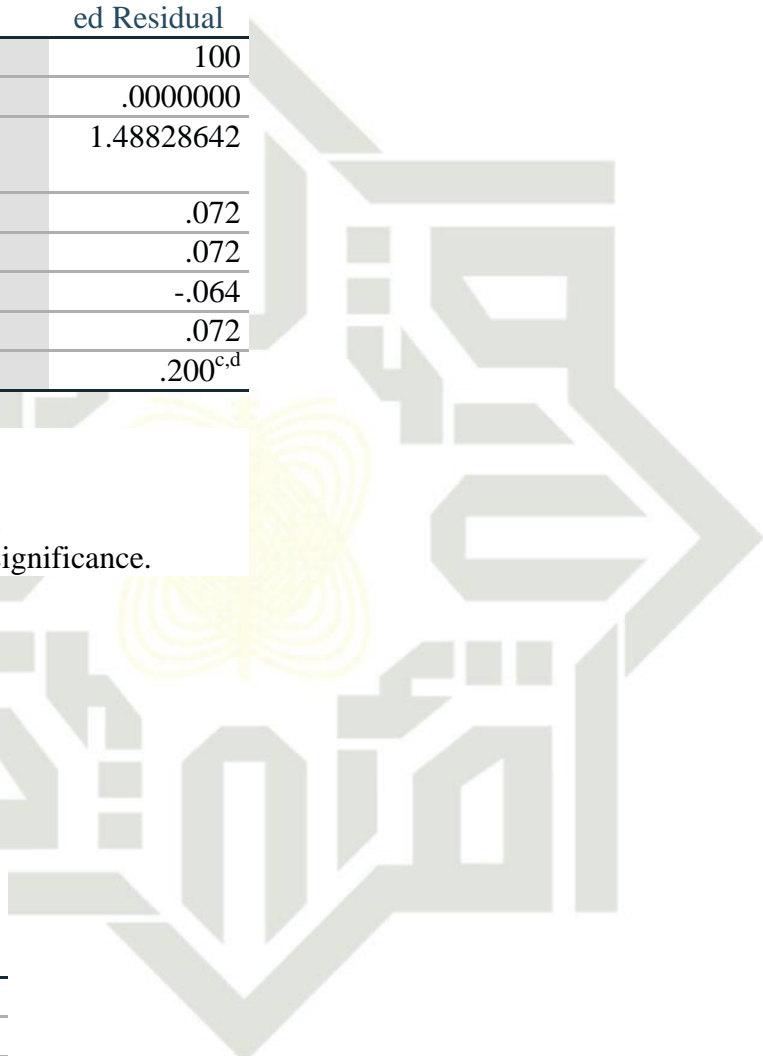
NP-Tests

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.03479
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	45
Z	-1.206
Asymp. Sig. (2-tailed)	.228

- a. Median

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





```

COMPUTE ABS=ABS(RES_1).
EXECUTE.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT ABS
  /METHOD=ENTER GH_TOT KR_TOT
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED).
    
```

Regression

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KR_TOT, GH_TOT ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: ABS
- b. All requested variables entered.

Model		Coefficients ^a				Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t		
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.324	1.213		1.091	.278
	GH_TOT	-.056	.030	-.194	-1.878	.063
	KR_TOT	.087	.044	.204	1.971	.052

a. Dependent Variable: ABS

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RIWAYAT HIDUP

WAHYU PANGESTU, lahir di pekanbaru pada tanggal 03 Juli 1998. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara, buah hati dari Ayahanda Ade Rahmanto dan Ibunda Irlinda. Penulis sekarang berdomisili di kota Pekanbaru. Penulis memulai pendidikan di SD 012 Pekanbaru. Setelah tamat SD 012 Pekanbaru pada tahun 2010, penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 3 Pekanbaru. Setelah tamat SMP pada tahun 2013, penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 7 Pekanbaru. Setelah tamat SMA Pada tahun 2016, kemudian penulis melanjutkan pendidikan keperguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur PBUD dan lulus di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial jurusan Manajemen dan menyelesaikan Studi pada tahun 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.