

## **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami faktor apa saja yang memengaruhi minat berlangganan pada layanan musik *online* berbasis langganan di Indonesia. Untuk itu, penelitian ini menggunakan UTAUT 2 sebagai model penelitian, dengan variabel yang akan dianalisis adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *music piracy judgement*, *behavioral intention*, dan *use behavior*. Dengan menggunakan 400 data valid yang didapat dari *Line*, *WhatsApp*, dan *Twitter* dengan metode *convenience sampling*, data primer dianalisis dengan menggunakan *structural equation modeling* pada program LISREL 8.80.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy*, *habit*, dan *music piracy judgement* memengaruhi *behavioral intention* secara signifikan, sedangkan *habit* dan *behavioral intention* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *use behavior*. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa melalui *behavioral intention*, *performance expectancy* dan *habit* memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap *use behavior*. Berdasarkan pengaruh total, *habit* merupakan variabel yang paling memengaruhi *behavioral intention* dan *use behavior*.

**Kata kunci:** UTAUT, SEM, LISREL, Layanan Musik, Marketing, Perilaku Konsumen