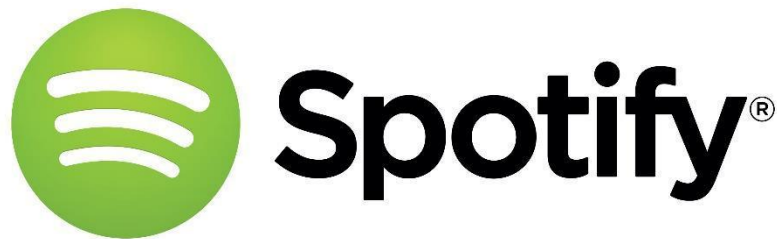


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

1.1.1 Spotify



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan Spotify
(Sumber: Googleimage)

Spotify adalah sebuah *platform* musik yang menyajikan hiburan musik legal secara *online* atau *streaming*. Ia juga berperan sebagai penyedia hak cipta digital atas musik yang diunggah, sehingga lagu-lagu yang disajikan pastilah lagu resmi dan pengguna dapat menikmati beragam koleksi secara resmi pula (dailysocial.id, 2016).

Melalui Spotify pengguna dapat mendengarkan musik dari berbagai *genre* dan artis baik lokal maupun mancanegara. Yang mengasyikkan, Spotify menawarkan model premium yang terdiri dari dua model berlangganan, gratis dan premium. Pengguna gratis dan premium mendapatkan kualitas layanan yang berbeda, Spotify Premium dapat menghapus iklan, meningkatkan kualitas audio dan memungkinkan pengguna untuk mengunduh musik untuk dinikmati secara offline. Sedangkan Spotify gratis tidak bisa. Spotify tersedia untuk platform desktop (Windows XP, Vista, 7, 8 dan 10, Mac OS X 10.5) dan *mobile* (Android, iOS, Symbian, BlackBerry OS, Windows Phone 7/8, Windows Mobile 6.0, dan WebOS) (dailysocial.id, 2016).

1.1.1.1 Sejarah Spotify

Perusahaan ini pertama kali dikembangkan oleh sejumlah orang dalam Spotify AB pada tahun 2006 di Stockholm, Swedia. Perusahaan ini didirikan oleh Daniel Ek, Martin Lorentzon dan Maria Giovani Anggasta Santosa. Dua tahun berselang, tepat pada 7 Oktober 2008 Spotify resmi diluncurkan. Dan untuk mengatur pertumbuhan layanannya, pengembang memutuskan untuk menerapkan paket berbayar untuk semua orang di samping tetap menyediakan akun gratis dengan skema undangan. Di tahun tersebut Spotify telah menggandeng sejumlah besar label musik, tapi tak berujung manis, karena di tahun pertama peluncurannya mereka mengalami kerugian sebesar \$4,4 juta. Setahun setelah merambah Inggris, pada tahun 2010 Spotify mendapatkan pendanaan dari Founders Fund. Di tahun yang sama mereka mengumumkan dua paket baru, Spotify Unlimited dan Spotify Open. (dailysocial.id, 2016)

Popularitas Spotify terus meroket dari tahun ke tahun, pada bulan Maret tahun 2011 mereka mengklaim telah mengantongi sedikitnya 1 juta pelanggan berbayar di seantero Eropa. Angka ini meningkat dua kali lipat pada bulan September, sehingga membuat *World Economic Forum* (WEF) menobatkan mereka sebagai Technology Pioneer setahun kemudian. (dailysocial.id, 2016)

Pada tanggal 16 April 2013, Spotify memperluas jangkauannya dengan meluncurkan aplikasi berbasis Android, iOS dan Windows Phone untuk kawasan Singapura, Hong Kong, Malaysia, Estonia, Latvia, Meksiko dan Islandia. Dua tahun kemudian, pada 28 Januari 2015 Sony menggandeng Spotify untuk menghibur penggunanya lewat layanan PlayStation Music yang kemudian resmi dirilis pada 30 Maret. (dailysocial.id, 2016)

1.1.1.2 Fitur Unggulan Spotify

- Pilihan lagu yang beragam
- Playlist Radio
- Mode Offline

1.1.2 Joox



Gambar 1. 2 Logo Perusahaan Joox
(Sumber : Googleimage)

1.1.2.1 Sejarah Joox

Aplikasi ini telah diluncurkan di Hongkong dan Malaysia di awal 2015 dan berhasil menjadi aplikasi musik digital yang paling diunduh dalam semua kategori. Kini JOOX ingin membagikan pengalaman menikmati musik dengan cara baru kepada masyarakat Indonesia. JOOX resmi diluncurkan dalam acara *first launching* yang digelar di Exodus Club, Kuningan City, Jakarta pada 20 Oktober 2015 kemarin. (creativedisc.com, 2015)

1.1.2.2 Fitur Unggulan Joox

- *Lyrics*
- *Theme Gallery*
- *Social Circle*
- *Offline Play*
- *Music Player*
- *Streaming quality Setting*

1.1.3 Melon



Gambar 1. 3 Logo Perusahaan Melon
(Sumber: Googleimage)

Kami menawarkan berbagai layanan musik digital, termasuk audio streaming, video, karaoke, penuh track download, kotak musik, nada dering kembali, isi teks, IVR, dan banyak lagi yang akan datang. Layanan kami telah berhasil membantu penyedia layanan lainnya, seperti perusahaan telekomunikasi dan ISP, untuk menghibur pelanggan mereka. merek lokal utama juga telah meningkatkan loyalitas pelanggan melalui layanan musik yang terkait (linkedin.com, 2016)

1.1.3.1 Sejarah Melon

PT Melon Indonesia adalah pemain industri musik digital Indonesia. Di dirikan pada tahun 2010, PT Melon Indonesia awalnya perusahaan patungan antara PT Telekomunikasi Indonesia dan SK Telecom. Pada tahun 2016 PT Telekomunikasi Indonesia mengakuisisi 100% kepemilikan melalui pembelian saham 49% SK Telecom.(linkedin.com, 2016)

Pada akhir 2016, kami mencatat 12,5 juta Pengguna Aktif Bulanan dan berhasil 48% YoY pertumbuhan keuangan. Dengan pencapaian ini, kami sangat percaya diri untuk melanjutkan peran kami dalam memajukan industri musik Indonesia bersama-sama dengan para pemangku kepentingan semua industri. (linkedin.com 2016)

1.1.3.2 Fitur Unggulan Melon

Melon *Mobile Application* memiliki fitur unggulan yang akan membuat penikmat musik digital menjadi nyaman saat menggunakannya. Fitur unggulan tersebut adalah(Kapanlagi.com, 2012):

- Pengguna dapat melakukan pencarian lagu berdasarkan kategori: Artis, Judul Lagu, Album Lagu
- Pengguna dapat melakukan pencarian sesuai kategori lagu :Most Favorite, Top100, New Song, Genre, My Page, Product
- Tersedia Library yang berisi lagu yang sudah di-download. Lagu ini dapat dikelompokkan berdasarkan kategori: All Song, Artist, Album, Genre
- Terdapat fitur Playlist yang memungkinkan pelanggan membuat dan mengatur playlist. Terdiri atas menu: Recently Added, Recently Played, Most Played, Melon Playlist, Shared Playlist dan BB Playlist.
- Fitur Shared Playlist dalam menu playlist di atas memungkinkan pelanggan untuk dapat melakukan sharing atau berbagi lagu dalam playlistnya dengan pengguna lainnya lewat Twitter dan Facebook.

1.1.4 Itunes



Gambar 1. 4 Logo Perusahaan I-Tunes
(Sumber: GoogleImage)

1.1.4.1 Sejarah I-Tunes

“I-Tunes merupakan cara termudah di dunia untuk mengatur dan menambahkan koleksi media digital Anda.” Kata kata tersebut adalah kata yang peneliti kutip dari website Apple (itunes.apple.com). Sejak berdiri resmi 28 April

2003, I-Tunes telah menjadi salah satu pemain utama di pasar aplikasi musik digital. Pada awal perilisannya, iTunes hanya dipakai untuk mendengarkan dan mengatur lagu-lagu yang di rip dari CD dengan seiring waktu dan perkembangan teknologi, I-Tunes pun berkembang menjadi toko konten dan aplikasi yang multinasional serta alat sinkronisasi utama perangkat IOS (teknologi.inilah.com, 2013)

Bayangkan saja jumlah pengguna Iphone di Indonesia, karena iTunes adalah salah satu perangkat bawaan dari Iphone sudah terbayang banyaknya pengguna aplikasi musik digital I-Tunes. Bukan saja pengguna IOS yang dapat menggunakan I-Tunes pengguna Windows atau Android juga bisa menikmati aplikasi musik digital ciptaan raksasa teknologi Apple.

1.1.4.2 Fitur Unggulan I-Tunes

Selain dapat digunakan berbagai sistem operasi, I-Tunes juga memiliki banyak fitur dan keunggulan. Keunggulan yang peneliti kutip dari (macpoin.com)

1. Manajemen Perangkat iOS.
2. Backup Perangkat iOS
3. Toko Serba Ada
4. Pemutar Multimedia

1.2 Latar Belakang

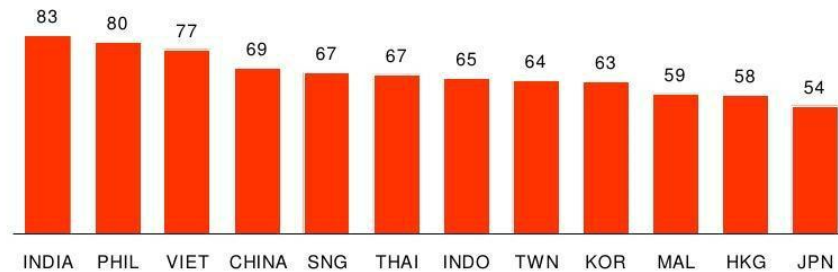
Di era modern ini perkembangan teknologi semakin cepat. Berkembangnya perangkat keras dan lunak menambah kemudahan bagi masyarakat untuk membantu aktifitas sehari hari seperti, menerjemahkan bahasa memandu jalan, berhitung ataupun mendengarkan musik. Performa perangkat keras dan lunak tidak akan maksimal bila tidak dibantu dengan koneksi internet. Internet sendiri adalah “jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan jutaan bahkan milyaran jaringan”. (nesabamedia.com, 2014). Dengan adanya koneksi internet masyarakat bisa mengakses informasi, mendapatkan sarana telekomunikasi, dan dapat menunjang aktifitas sehari hari.



Gambar 1. 5 Pengguna Internet di Indonesia
(Sumber: Palingyess.com, 2013)

Indonesia merupakan Negara yang memiliki penduduk terbanyak ke 4 di dunia. Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 256,2 juta orang pada tahun 2014 (tekno.kompas, 2016). Dengan jumlah penduduk yang besar juga sebanding lurus dengan pengguna internet di Indonesia. Kebutuhan internet di Indonesia memang selalu bertambah setiap tahunnya. "Saat ini pertumbuhan jumlah pengguna internet setiap tahun mencapai 10 persen" (Antarane.ws.com, 2016). Dengan jumlah pengguna di dominasi oleh anak muda dengan umur 18-25 tahun. Dengan jumlah penduduk yang terus bertambah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 132,7 juta jiwa (Tekno.kompas.com, 2016). Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan Oke Nurwan mengatakan, perkembangan digital saat ini telah membawa transformasi ekonomi bisnis di dunia. Dengan menggunakan teknologi digital, perusahaan penyedia produk yang diperdagangkan dapat meningkatkan konektivitasnya dengan konsumen, meningkatkan efisiensi, sekaligus menciptakan pasar baru (katadata.co.id). Fakta

tersebut menjadi Indonesia mempunyai peluang bisnis untuk musik digital.



Gambar 1. 6 Persentase Masyarakat yang Menganggap Musik Penting
(Sumber: Music Matter 2009)

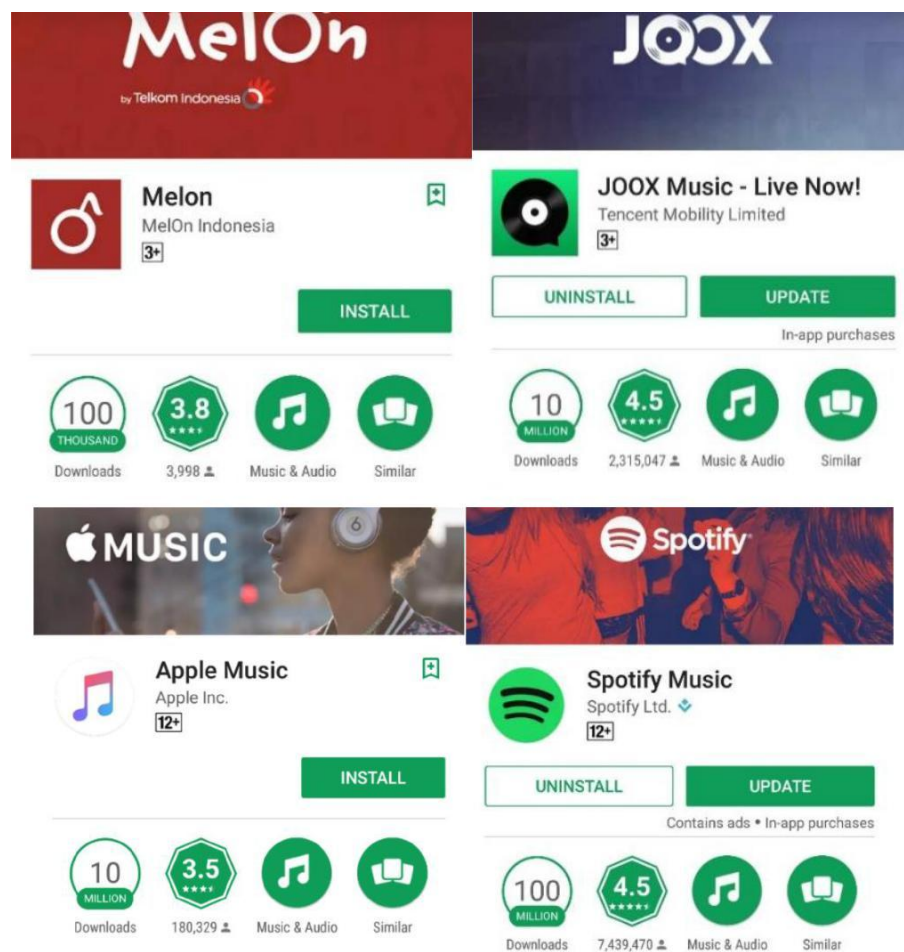
Saat ini musik telah menjadi gaya hidup. Dapat dilihat dari gambar 1.6, masyarakat Indonesia dengan rentang usia 15-24 lebih dari 60% menganggap musik itu penting. Musik juga memiliki berbagai macam pembagian pasar, dari anak-anak hingga orang dewasa, dari pria sampai wanita. Dengan berkembangnya teknologi mendengarkan musik bisa dimanapun dan kapanpun dengan menggunakan berbagai macam media seperti radio, pemutar musik ataupun aplikasi musik digital. Tetapi dengan tersebarnya jaringan dan banyaknya pengguna internet di Indonesia yang membuat aplikasi musik digital mulai disukai dan dilirik.



Gambar 1. 7 Persentase Peningkatan Waktu untuk Mendengarkan Musik
(Sumber: Music Matter 2009)

Pada gambar 1.7 terlihat penikmat musik di Indonesia berkembang secara signifikan. Survei baru oleh Music Matters dan Ipsos menemukan pendengar musik aktif di beberapa pasar Negara berkembang di Asia menggunakan Internet untuk mengakses audio dan video dengan frekuensi yang lebih besar dari pasar negara maju. Survei menemukan orang-orang yang terhubung di Indonesia dan India adalah yang paling tinggi mendengarkan musik online dalam 30 hari terakhir.

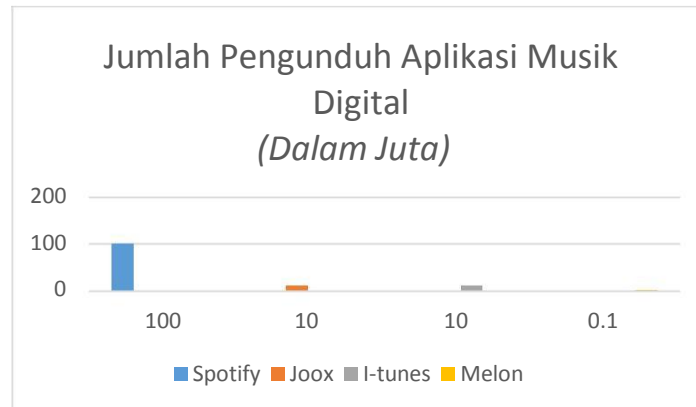
Sementara rata-rata global untuk mendengarkan musik digital sebesar 52%, Indonesia dan India masing masing berada di angka 69% dan 59%. Pengguna di Hong Kong (56%), Singapura (54%) dan China (52%) memenuhi atau melampaui rata-rata global. Konsumen di tiga pasar Asia-Pasifik yang jatuh dalam penelitian ini berada bawah rata-rata adalah : Australia (48%), Korea Selatan (42%) dan Jepang (28%)(billboard.com, 2012)



Gambar 1. 8 Aplikasi musik Digital
(Sumber: Googleplaystore)

“Distribusi dan cara menikmati musik sudah bergeser dari semula dalam bentuk album fisik menjadi musik digital” (Antaraneews.com, 2013). Beberapa tahun setelah internet menjadi lumrah, Napster diperkenalkan dan datang sebagai kejutan besar untuk industri musik. Ketersediaan produk gratis dan erosi nilai musik rekaman dengan kebanyakan pelanggan membeli lebih sedikit produk yang berarti

orang mengharapkan hal yang harus tersedia murah atau gratis (Kate Swanson, 2013). Sejak saat itu penikmat musik bergeser ke arah musik digital. Terhitung belum genap sepuluh tahun sudah banyak industri musik digital yang masuk ke pasar Indonesia dari dalam ataupun luar negeri dengan jumlah pengunduh yang banyak.

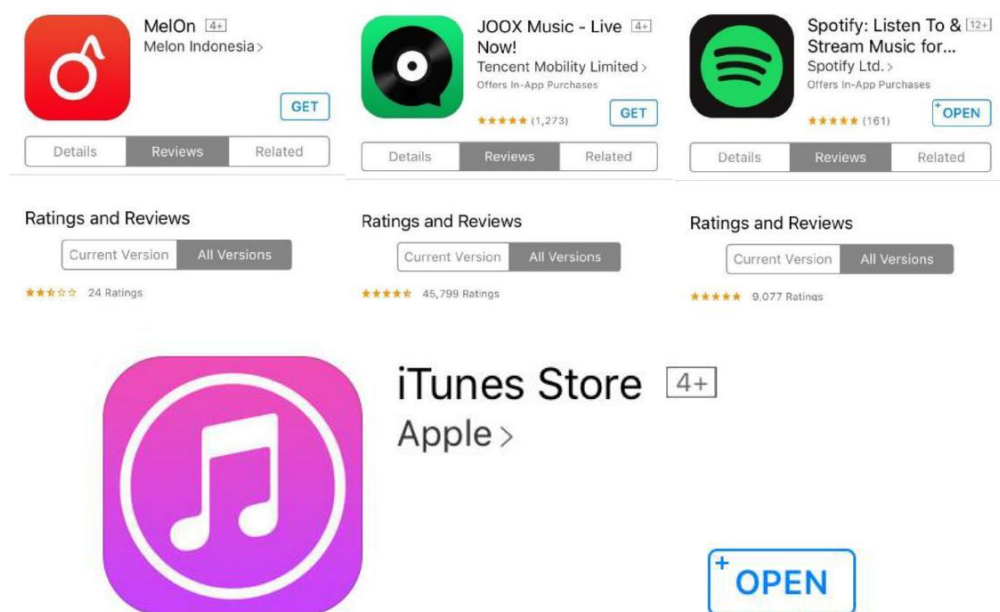


Gambar 1. 9 Perbandingan Jumlah Pengunduh
(Sumber: *Googleplaystore*)

Penikmat musik mempunyai beberapa alasan untuk lebih menggunakan aplikasi digital. Alasan yang pertama adalah sudah tersebarnya jaringan internet secara merata di berbagai kota besar. Aplikasi musik digital mempunyai banyak pilihan lagu yang bisa disesuaikan dengan pendengar dari tahun keluar, jenis lagu, album dan artis. Dengan memanfaatkan aplikasi musik digital penikmat musik dapat menghemat waktu dan uang dengan berlangganan secara gratis dan tidak harus ke membeli album fisik di toko kaset. Aplikasi musik digital juga tidak membutuhkan tempat yang besar untuk menyimpan data dari musik yang disukai, karena aplikasi musik digital yang terhubung langsung dengan internet akan menyimpan data musik yang disukai di *cloud storage*.

Dari beberapa aplikasi musik yang ada, aplikasi musik digital yang sekarang sedang viral adalah Spotify. Aplikasi musik asal Swedia ini resmi memasarkan produknya di Indonesia pada tanggal 30 Maret 2016. Aplikasi musik ini bisa digunakan atau diakses melalui iPhone, Android, komputer Mac, atau peramban web. Masuknya Spotify ke industri musik digital Indonesia disambut baik oleh masyarakat, terhitung sejak 3 bulan dari awal resimya diluncurkan Spotify,

masyarakat telah menggunakan selama 1.165 miliar menit. “Pengguna di Indonesia menghabiskan rata-rata 90 menit per hari untuk mendengarkan musik dari Spotify” (Tempo.co, 2016). Dilihat dari perbandingan dengan aplikasi musik digital lainnya, Spotify memiliki beberapa keunggulan. Dari kualitas lagu yang tinggi, tersedianya fitur penunjang seperti video, lirik lagu dan dapat diakses ketika *offline*. Spotify juga memiliki berbagai macam pilihan langganan untuk para penikmat musik dan dapat digunakan secara gratis.



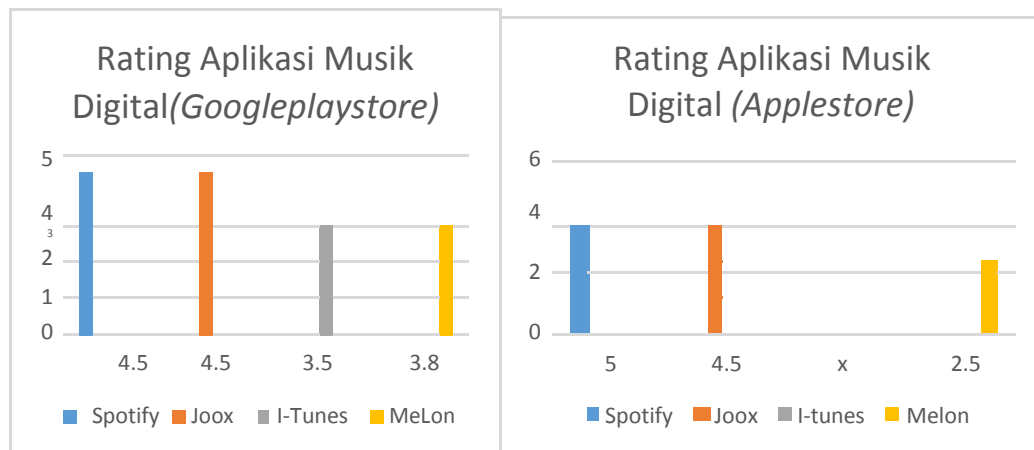
Gambar 1. 10 Aplikasi Musik Digital
(Sumber : Applestore)

Aplikasi musik Joox tidak kalah terkenalnya dengan Spotify. Aplikasi musik digital asal Tiongkok ini resmi memasarkan produknya sejak bulan Oktober 2015. Sama seperti Spotify, Joox dapat digunakan menggunakan iPhone, Android, computer atau peramban web. “Sejak diluncurkan nasional pada Oktober tahun lalu, JOOX telah diunduh di platform Android sebanyak dua juta kali”. (marketeers.com, 2016). Belum genap 5 tahun Joox memasarkan produknya di Indonesia, Joox telah menjadi aplikasi musik digital paling di minati di Indonesia. Hal itu terbukti karena aplikasi musik Joox telah menerima penghargaan *Platinum Award* dalam kategori Aplikasi Langganan Musik Online di tahun 2016 di dalam

Indonesia *E-Commerce Award*. "Dengan terpilihnya JOOX sebagai layanan digital online yang paling diminati dalam kategori musik telah membuktikan bahwa musik adalah sebuah bagian penting dalam industri internet dan perubahan pola konsumsi musik yang terjadi di masyarakat merupakan sebuah trend yang terus berkembang," *Senior Director of Business Development, International Business Group*, Tencent Benny Ho (today.line, 2016).

Raksasa teknologi Apple juga memiliki aplikasi musik andalannya, bernama I-Tunes. Kita sudah pasti sudah sering dengar nama aplikasi musik digital ini, karena memang aplikasi musik ini sudah berdira lebih dari satu dasawarsa, tepatnya 14 tahun lalu. Selain berguna untuk menjadi pemutar musik digital, aplikasi ini dapat digunakan untuk menjadi sinkronasi file dari Iphone ke laptop yang mengharuskan pengguna mengunduhnya. Itunes juga adalah aplikasi yang langsung terpasang pada Iphone. Dua faktor tersebut yang menyebabkan banyaknya pengguna I-Tunes. Terhitung dari awal berdiri sampai tanggal 6 Februari 2017, I-Tunes telah menjual sebanyak 25 miliar lagu (beritagar.id, 2013) Dengan gaya desain klasik dan mewah Apple, pengguna I-Tunes akan dimanjakan dan nyaman menggunakannya. Apple sendiri memiliki rating 3.5 di *Googleplaystore*. Karena I-Tunes adalah aplikasi yang langsung terpasang pada *appstore* I-Tunes tidak memiliki rating di *appstore*.

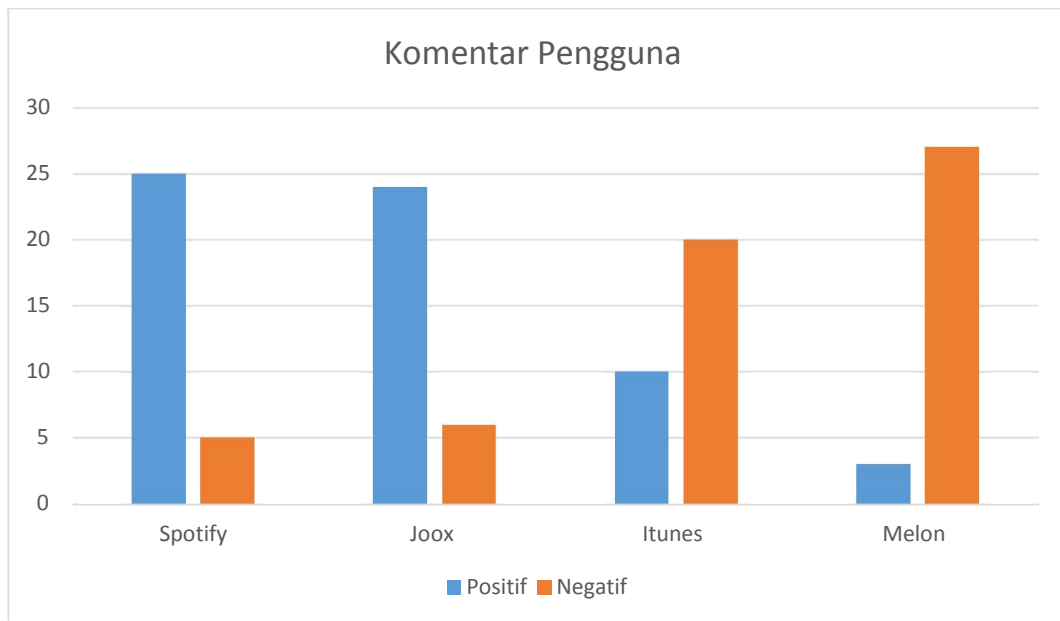
Berbeda dengan Spotify, I-Tunes dan Joox, aplikasi musik digital karya anak bangsa Melon tidak mempunyai citra yang baik pada pelanggan. Pada *Googleplaystore* hanya menyentuh 3.8 dari 5 pada *Googleplaystore* dan 2.5 pada *Applestore*. Jumlah pengunduh dan pengguna aplikasi Melon juga terpatut jauh dari ketiga aplikasi Spotify, Joox dan I-Tunes. Dengan potensi musik digital Negara Indonesia dan berasal dari karya asli anak bangsa yang telah mengetahui budaya masyarakat Indonesia, seharusnya Melon dapat menerapkan strategi *positioning* yang tepat dan membuat pengguna terpuaskan.



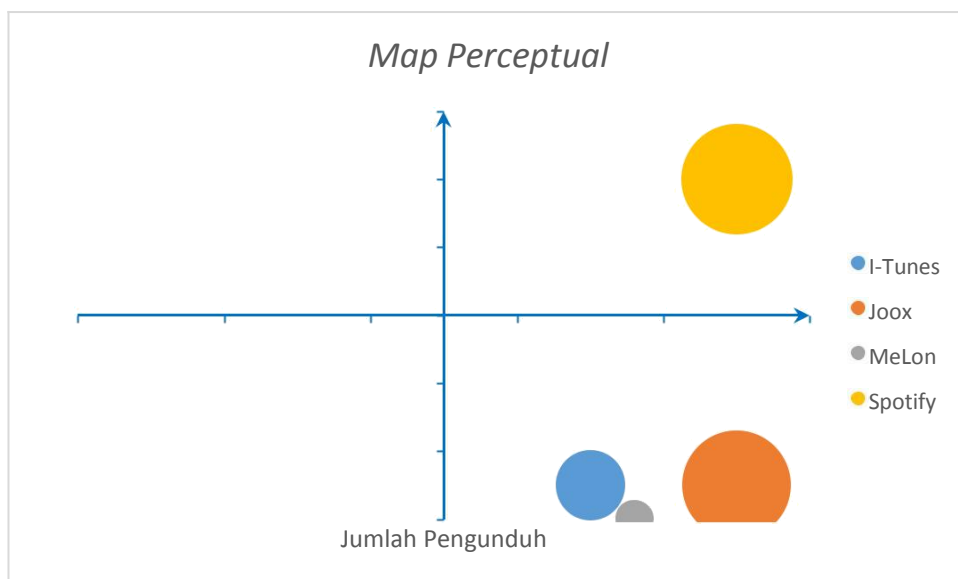
Gambar 1. 11 Perbandingan Rating Aplikasi Musik Digital
(Sumber: Googleplaystore dan Applestore)

Dalam urusan nilai atau *rating* spotify unggul dalam dua sistem operasi Android dan IOS. Di urutan kedua terdapat aplikasi musik Joox yang di sistem operasi Android memiliki rating yang sama dengan Spotify. Aplikasi Melon memiliki *rating* yang rendah di kedua sistem operasi Android dan IOS dimana hanya mendapatkan *rating* 3.8 dan 2.5. I-Tunes memiliki *rating* rendah di *Googleplaystore* hanya menyentuh angka 3.5 dari 5. Bila di lihat dari para komentar pengguna Android terhadap I-Tunes, I-Tunes memiliki banyak kesalahan sistem yang tidak memadai untuk pengguna Andorid. Berbeda dengan komentar pengguna IOS di *appstore* tentang I-Tunes, banyak pengguna yang puas dan memuji aplikasi I-Tunes.

Peneliti telah menghimpun data tentang opini aplikasi musik digital melalui komentar para pengguna aplikasi musik digital di *Googleplaystore*. Data yang diambil secara acak sebanyak 30 data dari masing masing aplikasi. Data tersebut di kelompokkan menjadi dua, antara komentar positif dan komentar negatif para pengguna aplikasi. Aplikasi Spotify adalah aplikasi yang memiliki komentar positif terbanyak dibandingkan lainnya sebesar 83%, disusul oleh Joox dengan komentar positif sebesar 80%. Di urutan ke tiga ditempati oleh I-Tunes dengan komentar positif sebesar 33%. Melon menempati urutan terakhir dengan komentar positif 10%.



Gambar 1. 12 Komentar Pengguna Aplikasi Musik Digital
(Sumber: Googleplaystore)



Gambar 1. 13 Map Perceptual
(Sumber: olahan data peneliti, 2017)

Peneliti juga membuat *map perceptual* sederhana untuk menggambarkan perbandingan posisi ke empat aplikasi musik digital yang bersumber dari *Googleplaystore*. Adapun atributnya berupa jumlah pengunduh, rating aplikasi dan

persentase komentar positif pengguna. Besarnya lingkaran bergantung pada komentar positif pengguna aplikasi. Semakin besarnya lingkaran, semakin besar juga persentase komentar positif. Dalam gambar 1.13 terlihat perbedaan ukuran lingkaran yang mencolok antara Spotify dan Melon. Spotify juga memiliki jumlah pengunduh terbanyak dibandingkan lainnya sehingga menempati posisi paling atas.

1.3 Rumusan masalah

Spotify, I-Tunes dan Joox adalah aplikasi musik digital asal mancanegara yang telah sukses meraih pasar di Indonesia ataupun dunia. Dengan ketatnya persaingan pasar aplikasi musik digital, Spotify, I-Tunes maupun Joox dapat bersaing dengan unggul dan mencuri hati para pengguna musik digital. Bisa dibuktikan dengan jumlah pengguna yang banyak dan dengan rating yang tinggi. Tentu itu tidak bisa terjadi bila Spotify, I-Tunes dan Joox tidak menerapkan strategi *user experience* ataupun *positioning* yang tepat.

Sebagai perusahaan aplikasi musik digital di Indonesia yang sudah berdiri lebih dari 5 tahun, seharusnya Melon dapat lebih memperhatikan strategi *user experience* ataupun *positioning* pada perusahaan. Maka dari itu perlu diketahui strategi *User experience* seperti yang diterapkan oleh Spotify, I-Tunes dan Joox dalam menjalankan bisnis tersebut sehingga menjadi aplikasi musik digital terpopuler di Indonesia. Strategi *User experience* ataupun *Positioning* yang diterapkan oleh Spotify, I-Tunes dan Joox bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk Melon dalam mengembangkan dan memperbaiki bisnis aplikasi musik digital karya anak bangsa. Berdasarkan fakta fakta diatas mendasari peneliti melakukan penelitian dengan judul”**ANALISA PERBANDINGAN POSITIONING MUSIK DIGITAL BERDASARKAN PENDEKATAN USER EXPERIENCE (OBJEK PENELITIAN: SPOTIFY, JOOX, I-TUNES DAN MELON)**”

1.4 Pertanyaan penelitian

Bedasarkan rumusan masalah, maka muncul pertanyaan penelitian:

Bagaimana perbedaan *Positioning* Spotify, I-Tunes, Joox dan Melon berdasarkan pendekatan *User Experience*?

1.5 Tujuan Penelitian

Bedasarkan dari pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian adalah:
Untuk mengetahui perbedaan *positioning* terhadap Spotify, I-Tunes, Joox dan Melon berdasarkan pendekatan *User Experience*.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan literasi keilmuan dalam bidang manajemen pada umumnya dan marketing pada khususnya. Beberapa percobaan dan temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi Sumber untuk penelitian selanjutnya. Peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat menjadi salah satu masukan dan memperluas pengetahuan bagi pembaca dan pihak akademisi mengenai *user experience* dan *positioning*. Bagi pembaca penelitian ini dapat berguna sebagai penambah wawasan ilmu dan memecahkan masalah dari fenomena yang ada

1.6.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang aplikasi musik digital dalam menempatkan posisi perusahaannya dimata ataupun pikiran masyarakat Indonesia serta memperhatikan kepuasan pengguna aplikasi yang diharapkan bisa meningkatkan pengguna atau konsumen aplikasi perusahaan itu sendiri.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel bagi pengguna aplikasi ataupun yang telah menggunakan aplikasi Spotify, Itunes, Joox dan Melon. Pemilihan aplikasi Spotify, I-Tunes dan Joox dikarenakan ketiga aplikasi ini memiliki rating yang tinggi pada

Googleplaystore ataupun memiliki jumlah pengguna yang banyak. Sedangkan pemilihan aplikasi Melon, dikarenakan aplikasi tersebut adalah aplikasi musik digital karya anak bangsa yang mempunyai jumlah pengunduh yang tidak banyak.

1.8 Sistematika Penelitian Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisi tentang pembahasan objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini kajian pustaka dan uraian umum tentang teori-teori yang digunakan serta literature-literatur yang berkaitan dengan penelitian yang mendukung permasalahan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian yang sudah digunakan operasionalisasi variabel dan skala pengukuran data.

BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisikan hasil penelitian serta pembahasan yang diuraikan secara kronologis dan sistematis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian beserta Rekomendasi bagi perusahaan dan bagi penelitian lebih lanjut