

ABSTRAK

Seiring pesatnya teknologi dari masa ke masa, konsumsi dan pendistribusian musik sekarang sudah berbeda. Secara global, musik sudah bisa didengarkan secara digital melalui platform online maupun offline. Peningkatan jumlah pengguna internet mengakibatkan banyaknya inovasi baru dari penyedia jasa seperti layanan jual beli berbasis website (e-commerce), portal berita online, e-learning, social media, dan juga jasa streaming seperti music dan juga video. Sebagai salah satu aplikasi musik yang sangat dikenal masyarakat, Spotify telah menjadi pemimpin global terdepan dalam platform music streaming. Spotify merupakan aplikasi layanan streaming musik yang dapat dinikmati secara online maupun offline asal Stockholm, Swedia. Spotify mulai masuk ke Indonesia pada 30 Maret 2016, di mana aplikasi streaming musik Spotify ini pertama kali diluncurkan pada September 2008 serta telah menjadi penyedia hak cipta atas musik yang diunggah dan dapat dipastikan bahwa musik yang ada di aplikasi Spotify ini adalah original sehingga pengguna dapat menikmati beragam koleksi musik yang dimiliki oleh Spotify secara resmi. Berdasarkan data yang dirilis dalam situs Spotify.com, pada tahun 2017 jumlah pengguna berbayar Spotify telah mencapai 60 juta dengan pengguna aktif mencapai sekitar 140 juta. Berdasarkan infografis yang dirilis oleh AdWeek, 72% pengguna Spotify adalah generasi milenial. Konsumen dapat melakukan pertimbangan terhadap layanan berdasarkan pengetahuan informasi yang konsumen ketahui tentang keunggulan dan keuntungan dari suatu layanan, konsumen akan berniat membeli karena dipengaruhi dengan informasi yang didapat. Informasi memungkinkan para pendengar untuk menilai aspek berharga dari layanan yang diberikan kepada para pendengar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran kemudahan, manfaat, dan kualitas produk terhadap kesediaan konsumen untuk membayar harga premium pada platform streaming musik Spotify dan bertujuan untuk mengetahui peran manfaat dan kualitas produk terhadap kesediaan konsumen untuk membayar harga premium pada platform streaming music Spotify. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik kausal eksplorasi yang menggunakan kuesioner online untuk mengumpulkan data. Dari kuesioner tersebut telah terkumpul sebanyak 100 sampel dan analisis yang digunakan adalah menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) dengan aplikasi SmartPLS. Hasil analisis yang diperoleh dari semua variabel diharapkan mempengaruhi kesediaan membayar secara langsung

maupun tidak langsung melalui kualitas produk dan semua variable akan mempengaruhi kesediaan membayar secara langsung maupun tidak langsung melalui kualitas produk.

Keywords: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Product Excellence, Willingness To Pay