

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini tentunya mempengaruhi berbagai industri, termasuk industri musik. Produk yang dimaksud pada penelitian ini yaitu Spotify yang memiliki berbagai macam seperti lagu, podcast, dan audiobook. Spotify merupakan layanan Streaming Music paling diminati yang melampaui hingga 200 juta pelanggan berbayar.

Meskipun Spotify sudah menawarkan harga yang cukup mahal dibandingkan dengan platform lain dan fitur yang sudah lengkap, seharusnya pengguna mendapatkan kepuasan mereka dengan berdasarkan seberapa baik layanan tersebut dengan memberikan nilai yang sesuai dengan harga yang pengguna bayarkan. E-Service Quality sendiri mencakup semua interaksi pelanggan di sebuah situs web.

Tujuan dari penelitian ini Untuk mencari tahu persepsi responden tentang kualitas layanan, harga, dan Keputusan pembelian dari layanan streaming musik Spotify. Dan untuk mencari tahu apabila kualitas layanan dan harga dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk layanan streaming music Spotify, dimana sering terjadinya gangguan pada kualitas layanan Spotify tetapi para pengguna tetap memakai aplikasi Spotify sebagai aplikasi streaming musik yang paling banyak diminati saat ini.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan tujuan memakai pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan data dengan mengadakan survey melalui pengisian kuisioner oleh responden. Populasi dan sampel dalam penelitian ini yang telah membeli layanan Spotify dengan berbagai macam profesi Indonesia dan populasi tidak terbatas. Data diperoleh melalui kuisioner yang ditentukan menggunakan teknik non probability sampling dengan cara purposive sampling, yang menghasilkan 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 76,7% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh e-service quality dan harga yang diteliti dalam penelitian ini, dengan 23,3% sisanya ditentukan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam analisis ini.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, Harga, Keputusan Pembelian, *Streaming Music*