

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman telah mengubah banyak sekali hal, baik dari sisi sosial, ekonomi, politik, maupun dengan minat serta kegemaran masyarakat dunia. Contohnya seperti minat dan kegemaran masyarakat terhadap musik yang sekarang digunakan sebagai hiburan mereka ketika sedang mengalami perasaan bosan. Bahkan bisa dibilang bahwa musik yang kini menguasai salah satu industri dunia sudah menjadi salah satu kebutuhan manusia. Bahwa saat ini musik merupakan bagian dari hidup masyarakat dunia yang dapat mempengaruhi banyak hal seperti dapat mengurangi *stress* dan perasaan yang tidak nyaman pada diri masyarakat, musik juga dapat menemani dalam keadaan santai, bekerja, ataupun dalam keadaan sibuk sekalipun. Kian banyak aliran musik di dunia seperti pop, *rock*, klasik, ballad dan sebagainya.

Peranan Musik dalam kehidupan manusia tak hanya dijadikan sebagai hiburan semata. Bahkan, sekarang ini musik telah menjadi salah satu alat yang dapat membantu dalam bidang kesehatan contohnya terapi musik. Menurut Haase (2012) bahwa terapi musik merupakan salah satu jenis dari sekian macam pengobatan untuk mengobati karena musik dinilai dapat memberikan dampak positif bagi pendengar dan mengoptimalkan kualitas hidup.

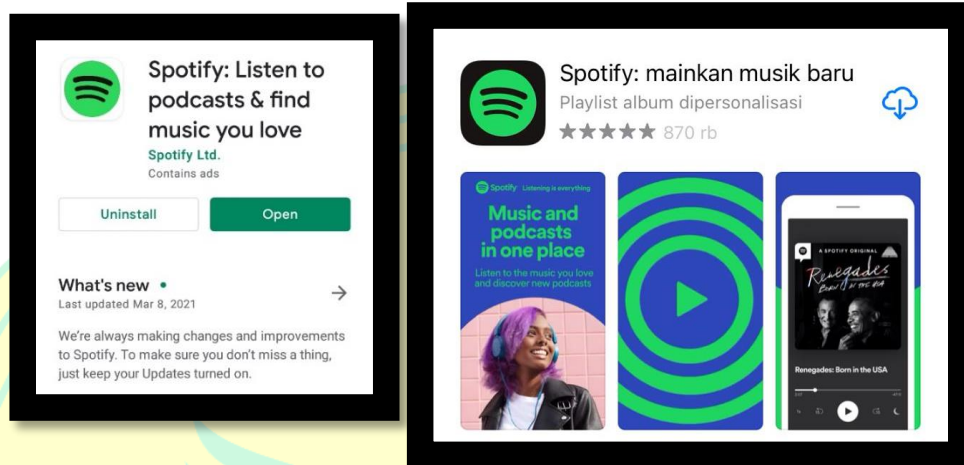
Adapun jika dilihat dari perkembangan teknologi alat pemutar musik yang terus berkembang dari tahun ke tahun. Pada tahun 1948 manusia

mendengarkan musik dengan menggunakan piringan hitam (*vynil*) dengan ukuran sekitar 40cm yang dipasang pada alat yang bernama *gramofon*. Biasanya dalam satu *vynil* hanya dapat diisi 2 sampai 3 lagu saja, yang artinya hanya bisa memutar lagu 3 kali dalam tiap sisinya. Kemudian alat pemutar musik kian berkembang lagi seiring perubahan tahun, dikutip pada laman BBC (2019) alat pemutar musik memperkenalkan alat baru yang bernama pita kaset dan juga CD (*Compact Disc*) di tahun 1982, pada saat itu masyarakat dunia sudah benar-benar mulai menjadikan musik salah satu kebutuhan mereka.

Era digitalisasi yang saat ini dapat menggeser alat pemutar musik yang awalnya *vynil* dan *gramofon*, beralih ke pita kaset dan CD, lalu kini era *streaming music* mengusai sistem alat pemutar musik dunia. Dengan menggunakan aplikasi *streaming music* ini, masyarakat semakin mudah mengakses musik yang diinginkan dengan hanya mengunduh aplikasi pada *smartphone* pribadi. Banyak sekali aplikasi *streaming music* yang ditawarkan oleh industri musik, seperti Spotify, JOOX, iTunes dan Youtube Music.

Di tahun 2008 hadir salah satu aplikasi *streaming music* yang bernama Spotify. Spotify merupakan salah satu aplikasi *streaming music* yang berasal dari Swedia, aplikasi Spotify menyediakan banyak judul musik dengan aliran yang berbeda dan juga *podcast* yang dapat digunakan pada ponsel, *tablet*, dan *personal computer* (Spotify, 2021). Aplikasi Spotify dapat diunduh pada *Playstore* di *smartphone* android ataupun *App Store* di *smartphone* iphone.

Gambar 1. 1 Aplikasi Spotify pada Playstore dan Apple store



Sumber: Data Peneliti

Dan tepatnya pada tahun 2016 perusahaan Spotify resmi meluncurkan produk aplikasi musik mereka ke Indonesia dan sangat disambut baik oleh masyarakat Indonesia. Dikutip pada Republika.co.id (2016) Direktur pemasaran Spotify di kawasan Asia mengungkapkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan perkembangan pengguna aplikasi Spotify tertinggi di Asia Tenggara.

Di era pandemi ini perusahaan Spotify mengungkapkan telah mengalami lonjakan jumlah pengguna Spotify dari seluruh dunia yang terhitung dari tahun 2017 sampai dengan 2020. Sebanyak 320 juta pengguna gratis dan 144 juta pengguna membayar di tahun 2020, hal tersebut merupakan suatu peningkatan signifikan dari tahun sebelumnya yang berjumlah 248 juta pengguna gratis dan 113 juta pengguna membayar.

Gambar 1. 2 Laporan Hasil Pembelian Aplikasi Spotify Tahun 2020



Sumber : newsroom.spotify.com (2021)

Data di atas juga dapat disimpulkan dari banyaknya pengguna aplikasi Spotify masih ada yang memilih untuk menggunakan aplikasi Spotify berbayar, yang artinya masih ada masyarakat yang rela mengeluarkan uang setiap bulannya untuk membeli aplikasi tersebut.

Dikutip dari Karyono et al., (2019) tentang analisis perbandingan pengalaman pengguna pada aplikasi music streaming JOOX dan Spotify, dijelaskan bahwa pada penelitian tersebut yang menganalisis mengenai tampilan, kegunaan, dan pengalaman pengguna yang menggunakan kedua

aplikasi tersebut, Spotify memiliki jumlah kurva improving yang lebih banyak dibandingkan dengan JOOX, yang berarti bahwa Spotify memiliki nilai unggul dari aplikasi musik lainnya terutama JOOX. Dalam penelitian tersebut peneliti juga meminta kepada responden untuk memberikan komentar kepada kedua aplikasi *streaming music* tersebut dan pengguna lebih banyak memberikan komentar positif kepada aplikasi Spotify.

Ketika pengguna terdorong untuk membeli suatu aplikasi berbayar berarti ada hal yang membuat pengguna merasakan perasaan nyaman dan tertarik ketika menggunakannya. Hal ini merupakan salah satu dasar dari perilaku konsumen. Menurut Kotler & Armstrong (2018) karakteristik perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi sehingga konsumen dapat melanjutkan ke tahap proses keputusan pembelian. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor tersebut dapat mendorong seseorang konsumen membuat keputusan dalam membeli suatu barang yang diinginkannya.

Beberapa faktor yang disebutkan salah satunya adalah faktor pribadi yaitu hal yang tumbuh dan berasal dari diri individu, kemudian ada faktor sosial yaitu faktor yang berasal dari lingkungan terdekat individu.

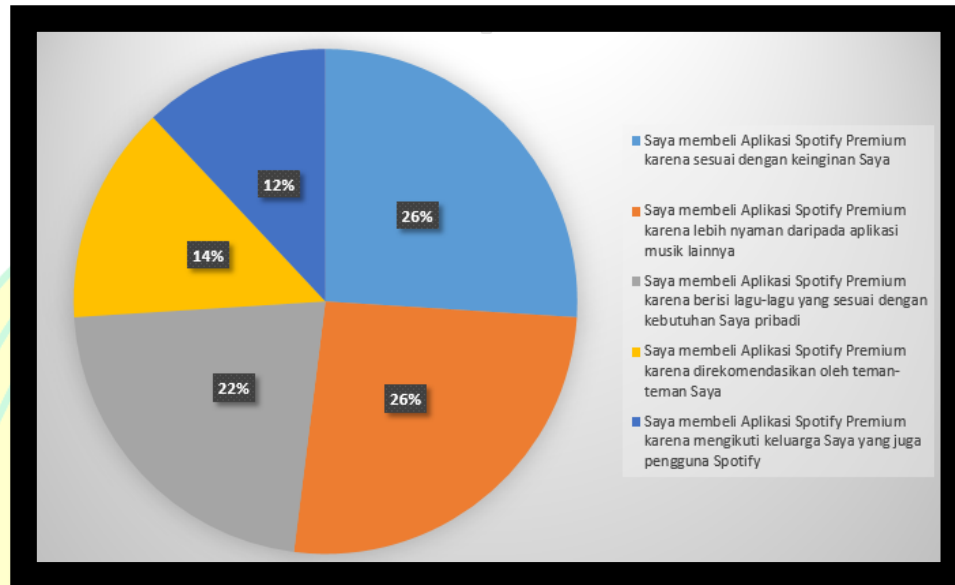
Menurut Simamora dalam Margaretha & Iskandar (2018) perilaku yang memutuskan seorang konsumen membeli produk yang diinginkan akibat dipengaruhi oleh faktor pribadi dengan dasar usia, pekerjaan seseorang, gaya hidup seseorang, keadaan ekonomi serta kepribadian dari konsumen tersebut.

Dari pernyataan tersebut dapat dinilai bahwa faktor pribadi sangat berpengaruh besar terhadap keputusan seseorang membeli suatu produk. Hal tersebut dibuktikan dari penelitian menurut Arvandi & Nasution (2016) mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada faktor pribadi terhadap keputusan pembelian.

Lalu, terdapat faktor lainnya yang mendorong seseorang membeli produk yaitu faktor sosial. Menurut Kotler & Armstrong (2018) menyatakan bahwa faktor sosial merupakan salah satu perilaku konsumen yang didasari oleh kelompok kecil konsumen, jaringan sosial, keluarga, serta status sosial. Penelitian menurut Susanti et al., (2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada faktor sosial terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dapat dinilai semakin tinggi faktor sosial maka semakin tinggi pula keputusan pembelian seorang konsumen.

Peneliti melakukan survei awal mengenai keputusan pembelian aplikasi Spotify Premium dengan menggunakan google form yang disebarakan kepada 50 responden di kawasan JABODETABEK, untuk mengetahui faktor seperti apa yang dapat mempengaruhi responden ketika mengambil keputusan pembelian aplikasi Spotify Premium seperti yang terdapat pada data di bawah ini :

Gambar 1. 3 Diagram faktor yang mempengaruhi responden membeli aplikasi Spotify Premium



Sumber : Data Peneliti

Berdasarkan gambar 1.3 tersebut menunjukkan 26% responden memutuskan untuk membeli aplikasi Spotify Premium karena sesuai dengan keinginannya sendiri, 26% karena lebih nyaman daripada aplikasi musik lainnya, 22% karena berisi lagu-lagu yang sesuai dengan kebutuhan mereka sendiri, 14% karena direkomendasikan oleh teman-teman mereka, dan 12% karena mengikuti keluarga yang juga menggunakan aplikasi Spotify Premium.

Berdasarkan hal yang sudah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian mengenai faktor pribadi dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Spotify Premium. Penelitian ini diberi judul

“Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Spotify Premium”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pembatasan masalah yang diuraikan diatas, maka pertanyaan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari pertanyaan yang penelitian tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui apakah faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang sudah dijelaskan, adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti terkait penelitian yang dilakukan yaitu mengenai faktor pribadi, faktor sosial dan keputusan pembelian.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Untuk menambah wawasan serta informasi bagi mahasiswa lainnya ketika ingin mengambil masalah penelitian yang sama.

3. Bagi Pembaca

Untuk menambah wawasan, pengetahuan serta informasi terkait penelitian mengenai faktor pribadi dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian.

