

**DETERMINAN *REPURCHASE INTENTION* DENGAN
MEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA
SPOTIFY PREMIUM**

QALBU HAYU

1705622162



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

***DETERMINANTS OF REPURCHASE INTENTION WITH
CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE
AMONG SPOTIFY PREMIUM USERS***

QALBU HAYU

1705622162



Intelligentia - Dignitas

***This thesis is submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of
Management degree from the Faculty of Economics and Business Universitas
Negeri Jakarta***

***UNDERGRADUATE PROGRAM IN MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

2026

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M
NIP/NIDK : 199308272020122024
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A
NIP/NIDK : 199111022022032013
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Qalbu Hayu
No. Registrasi : 1705622162
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : *Determinan Repurchase Intention dengan Mediasi Customer Satisfaction pada Pengguna Spotify Premium*

untuk mengikuti Sidang Skripsi

Jakarta, 11 Juni 2026

Dosen Pembimbing I

Dewi Agustin Pratama Sari, SE., M.S.M
NIP/NIDK. 199308272020122024

Dosen Pembimbing II

Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A
NIP/NIDK. 199111022022032013

Mengetahui,
Koord. Program Studi S1 Manajemen

Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.
NIP. 197201252002121002

Keterangan:
1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Qalbu Hayu
 NIM : 1705622162
 Program Studi/Fakultas : S1 Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
 Judul Penelitian : Determinan *Repurchase Intention* dengan Mediasi *Customer Satisfaction* pada Pengguna Spotify Premium

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus** Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 30 Juni 2026

Tim Penguji,

Ketua Penguji	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D	)* Tanda tangan
	NIP. 197412021200812001	
Penguji 1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A.	)* Tanda tangan
	NIP. 197701112008122003	
Penguji 2	Prima Andriani, SE., M.Sc.	)* Tanda tangan
	NIP. 199401072024062001	
Pembimbing 1	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M.	)* Tanda tangan
	NIP. 199308272020122024	
Pembimbing 2	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A., CHRP	)* Tanda tangan
	NIP. 199111022022032013	

Mengetahui,
 Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
 NIDN/NUPTK. 0027067204

Koordinator Program Studi S1 Manajemen,

Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.
 NIDN/NUPTK. 0025017203

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Qalbu Hayu
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 26 Juni 2004
Program Studi/Fakultas : S1 Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul " *Determinan Repurchase Intention dengan Mediasi Customer Satisfaction pada Pengguna Spotify Premium*" merupakan hasil karya ilmiah yang saya susun secara mandiri. Skripsi ini bukan merupakan hasil plagiasi, peniruan, atau penggandaan atas karya ilmiah pihak lain, baik sebagian maupun seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini mengandung unsur plagiarisme atau pelanggaran terhadap etika akademik, saya bersedia menerima segala bentuk sanksi sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 24 Juli 2026
yang membuat pernyataan,



Qalbu Hayu
NIM 1705622162

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Qalbu Hayu
NIM : 1705622162
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/ S1 Manajemen
Alamat email : qalbuhy@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Determinan *Repurchase Intention* dengan Mediasi *Customer Satisfaction* pada Pengguna Spotify Premium

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 6 Agustus 2026

Penulis

(Qalbu Hayu)

ABSTRAK

Qalbu Hayu. 1705622162. Determinan *Repurchase Intention* dengan Mediasi *Customer Satisfaction* pada Pengguna Spotify Premium. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *price value*, *perceived quality*, dan *customer engagement* terhadap *repurchase intention* melalui mediasi *customer satisfaction* berdasarkan *Expectation Confirmation Theory* (ECT) pada pengguna Spotify Premium Generasi Z yang berdomisili di Daerah Khusus Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 286 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert 6 poin dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price value*, *perceived quality*, dan *customer engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *repurchase intention*. Selain itu, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* serta mampu memediasi secara parsial hubungan antara *price value*, *perceived quality*, dan *customer engagement* terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci: *Customer Engagement, Customer Satisfaction, Perceived Quality, Price Value, Repurchase Intention*

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Qalbu Hayu. 1705622162. Determinants of Repurchase Intention with Customer Satisfaction as a Mediating Variable among Spotify Premium Users. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

This study aims to analyze the influence of price value, perceived quality, and customer engagement on repurchase intention through the mediation of customer satisfaction based on the Expectation Confirmation Theory (ECT) among Generation Z Spotify Premium users residing in Daerah Khusus Jakarta. This study employed a quantitative approach using a purposive sampling technique involving 286 respondents. Data were collected through a questionnaire using a 6-point Likert scale and analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method using SmartPLS 4.0 software. The results show that price value, perceived quality, and customer engagement have a positive and significant effect on both customer satisfaction and repurchase intention. Furthermore, customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention and partially mediates the relationships between price value, perceived quality, and customer engagement and repurchase intention.

Keywords: Customer Engagement, Customer Satisfaction, Perceived Quality, Price Value, Repurchase Intention

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas segala rahmat, karunia, serta kemudahan yang diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Determinan Repurchase Intention dengan Mediasi Customer Satisfaction pada Pengguna Spotify Premium*” Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti memperoleh banyak bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT. atas segala rahmat, karunia, ridho, kesehatan, kekuatan, serta kemudahan yang senantiasa diberikan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik;
2. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta;
3. Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta;
4. Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. dan Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A. selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II yang telah

meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini;

5. Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D., Dr. Ryna Parlyna, M.B.A., dan Prima Andriani, S.E., M.Sc. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan penelitian ini;
6. Alm. Mochamad Rochman dan Almh. Sri Redjeki Erlina selaku orang tua tercinta yang telah memberikan kasih sayang, doa, serta nilai-nilai kehidupan yang menjadi pedoman bagi peneliti. Meskipun tidak dapat mendampingi peneliti secara langsung hingga tahap ini, kehadiran dan cinta kasih mereka senantiasa hidup dalam setiap langkah perjalanan peneliti serta menjadi sumber kekuatan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini;
7. Fayza Abia K., Nuvi Revalina P., Najma Zahira R., dan Nilam Nadiyahatul Q. selaku teman seperjuangan konsentrasi Pemasaran; teman-teman grup Dospem Putra; teman-teman HIMA Manajemen FE UNJ; serta teman-teman di luar lingkungan kampus, yaitu grup KELAM, Open Donasi, dan Titip Dong Kak, yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi, serta menjadi tempat berbagi cerita selama peneliti menempuh perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini;
8. Teman-teman seperjuangan lainnya serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat, dukungan, dan bantuan selama proses penyusunan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan penelitian di masa mendatang. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi referensi yang berguna bagi pembaca, akademisi, maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Jakarta, 14 Juni 2026

Qalbu Hayu



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoretis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	14

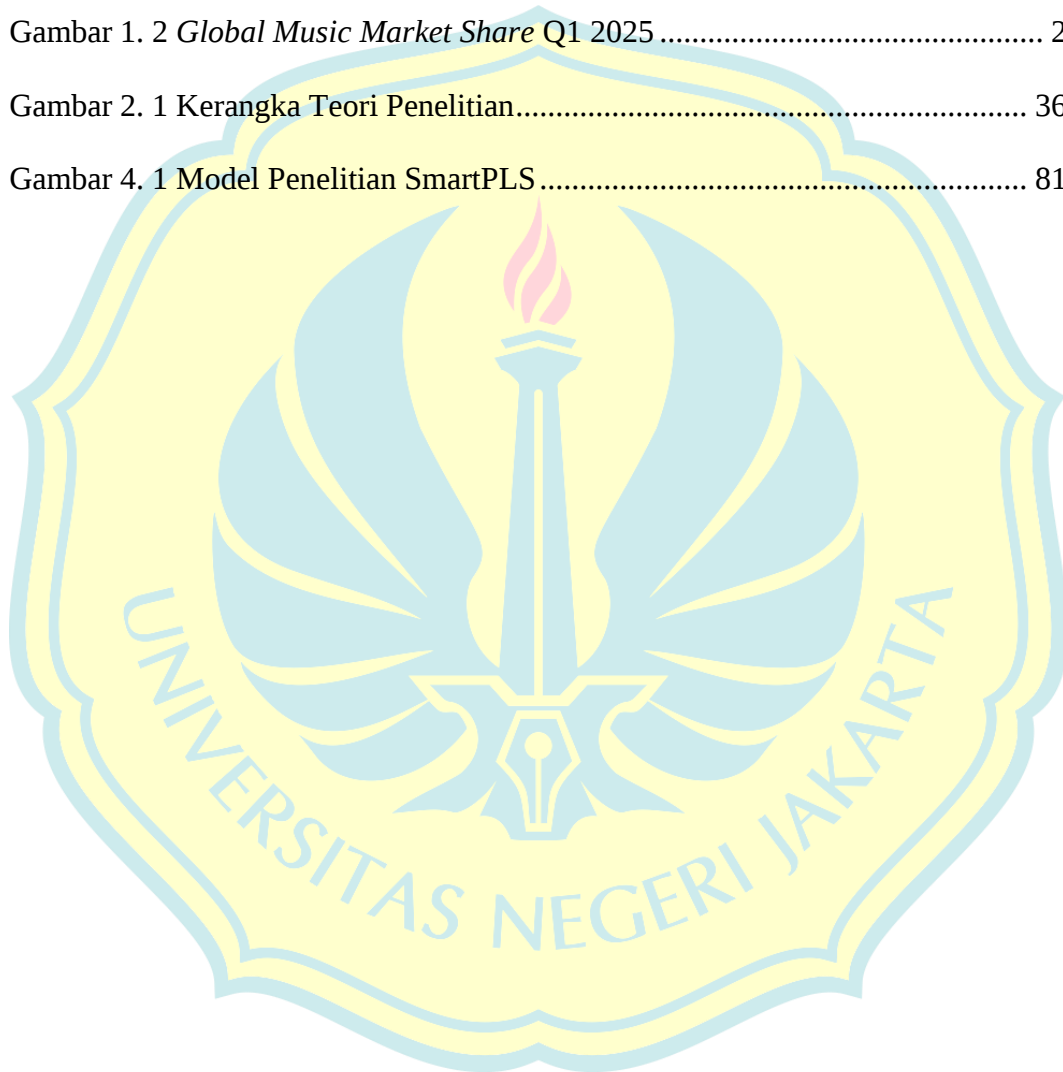
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Teori Pendukung	15
2.1.1 <i>Expectation Confirmation Theory (ECT)</i>	15
2.1.2 <i>Price Value</i>	18
2.1.3 <i>Perceived Quality</i>	19
2.1.4 <i>Customer Engagement</i>	20
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.1.6 <i>Repurchase Intention</i>	22
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	23
2.2.1 <i>Price Value terhadap Customer Satisfaction</i>	24
2.2.2 <i>Price Value terhadap Repurchase Intention</i>	25
2.2.3 <i>Perceived Quality dan Customer Satisfaction</i>	26
2.2.4 <i>Perceived Quality dan Repurchase Intention</i>	27
2.2.5 <i>Customer Engagement dan Customer Satisfaction</i>	27
2.2.6 <i>Customer Engagement dan Repurchase Intention</i>	28
2.2.7 <i>Customer Satisfaction dan Repurchase Intention</i>	29
2.2.8 <i>Price Value terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction</i>	30
2.2.9 <i>Perceived Quality dan Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction</i>	32

2.2.10	<i>Customer Engagement dan Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction</i>	34
2.2.11	Kerangka Teori.....	36
2.3	Penelitian Terdahulu.....	36
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	42
3.1.1	Waktu Penelitian	42
3.1.2	Tempat Penelitian.....	42
3.2	Desain Penelitian	44
3.3	Populasi dan Sampel.....	45
3.3.1	Populasi.....	45
3.3.2	Sampel.....	47
3.4	Pengembangan Instrumen.....	48
3.4.1	Operasionalisasi Variabel.....	48
3.4.2	Variabel Penelitian.....	52
3.4.3	Skala Pengukuran.....	54
3.5	Teknik Pengumpulan Data	55
3.6	Teknik Analisis Data	55
3.6.1	Analisis Deskriptif	56
3.6.2	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	57

3.6.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	61
3.6.3	Uji Hipotesis	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Deskripsi Data	65
4.1.1	Profil Responden.....	65
4.1.2	Analisis Deskriptif	69
4.2	Hasil Analisis Data	80
4.2.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	81
4.2.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	90
4.2.3	Uji Hipotesis	93
4.3	Pembahasan	98
BAB V KESIMPULAN		117
5.1	Kesimpulan.....	117
5.2	Implikasi	121
5.3	Keterbatasan Penelitian	126
5.4	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya.....	127
DAFTAR PUSTAKA		129
LAMPIRAN.....		136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Global Music Consumption</i> 2022.....	1
Gambar 1. 2 <i>Global Music Market Share</i> Q1 2025	2
Gambar 2. 1 Kerangka Teori Penelitian.....	36
Gambar 4. 1 Model Penelitian SmartPLS.....	81



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ulasan Negatif dari Pengguna Fitur Spotify Premium	4
Tabel 1. 2 Ulasan dan Masukan dari Pengguna Fitur Premium.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	48
Tabel 3. 2 Skala Likert	55
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	67
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Total Penggunaan Layanan Spotify Premium.....	68
Tabel 4. 5 Rentang Interpretasi Skala Likert 1-6	70
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif <i>Price Value</i>	70
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif <i>Perceived Quality</i>	72
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif <i>Customer Engagement</i>	74
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	76
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	79
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	82
Tabel 4. 12 Hasil Uji AVE.....	83
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	84
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	86
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	87

Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas	88
Tabel 4. 17 Hasil Uji VIF	89
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>R-square</i>	90
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>Effect Size</i>	91
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>Q-square Predict</i>	93
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>Direct Effect</i>	94
Tabel 4. 22 Hasil Uji <i>Indirect Effect</i>	97



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	136
Lampiran 2. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	120
Lampiran 3. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	121
Lampiran 4. Tabulasi Data.....	122
Lampiran 5. Hasil <i>Output</i> PLS-SEM pada SmartPLS 4.0	128
Lampiran 6. Surat Keterangan Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah	132
Lampiran 7. Riwayat Hidup.....	153



Intelligentia - Dignitas