

Faktor Pembentukan Intensi Kontinuitas Layanan Music Streaming Spotify pada Generasi Z dengan Uses and Gratifications Theory (Studi tentang Gratifikasi dan Intensi Kontinuitas Pengguna Spotify Versi Basic dan Premium pada Pelajar SMA Negeri 70 Jakarta) = The Forming Factors of Continuance Intention of Spotify Music Streaming Service in Z Generation with Uses and Gratifications Theory (Study of Gratification and Continuation of Basic and Premium Users of Spotify on Students of SMAN 70 Jakarta).

Deby Puspitaningrum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504475&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini menguji faktor pembentukan Intensi Kontinuitas atau niat kelanjutan pada generasi Z terhadap layanan music streaming Spotify menggunakan Teori Uses and Gratifications (UGT). UGT adalah teori penting untuk mengungkap mengapa orang-orang menggunakan media tertentu dan kepuasan apa yang didapatkan. Terdapat model bisnis freemium pada aplikasi music streaming Spotify, yang dapat dibagi menjadi dua jenis pengguna, yaitu pengguna basic (tidak membayar) dan pengguna premium (membayar). Dengan menggunakan paradigma positivis, pendekatan kuantitatif, dan metode survei yang dilakukan terhadap 153 responden, dan menganalisis 12 variabel laten dan 1 variabel manifes menggunakan PLS-SEM, hasilnya menunjukkan bahwa model awal penelitian tidak dapat diterapkan sepenuhnya. Dibutuhkan model modifikasi penelitian dengan menghilangkan variabel Social Connectivity dan Discovery of New Music karena kedua variabel tersebut tidak signifikan. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa faktor pembentuk intensi kontinuitas dari pengguna music streaming generasi Z adalah Ubiquity dan Enjoyment. Pengaruh Ubiquity terhadap Intensi Kontinuitas sebesar 39,7% dan pengaruh Enjoyment terhadap Intensi Kontinuitas sebesar 20,3%. Utilitarian Value juga berpengaruh terhadap Intensi Kontinuitas yaitu sebesar 25,2%. Sementara Hedonic Value tidak berpengaruh karena hanya menunjukkan nilai 0,07% terhadap Intensi Kontinuitas. Dari uji ANOVA satu arah pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan antara tipe pengguna basic dengan tipe pengguna premium. Tingkat Ubiquity dan Enjoyment pengguna premium adalah lebih tinggi daripada pengguna basic. Hal tersebut mendukung Uses and Gratifications Theory bahwa khalayak, dalam hal ini pengguna music streaming Spotify, memilih media tergantung pada kebutuhan individualnya.

<hr>

ABSTRACT

This research examines the forming factors of continuance intention in Z generation about Spotify's music streaming service using Uses and Gratifications Theory (UGT). UGT is an important theory to reveal why people use certain media and what satisfaction they get. There is a freemium business model in the Spotify music streaming application, which can be divided into two types of users, namely basic (not paid) and premium (paid) users. Using a positivist paradigm, a quantitative approach, and a survey method conducted on 153 respondents, and analyzing 12 latent variables and 1 manifest variable using PLS-SEM, the results indicate that the initial model of the study cannot be fully applied. A research modification model is needed

by removing the Social Connectivity and Discovery of New Music variables because that variables are not significant. From this research, the results show that the forming factors of Continuance Intention of music streaming users on Z generation are Ubiquity and Enjoyment. The effect of Ubiquity to Continuance Intention is 39.7% and the effect of Enjoyment to Continuance Intention is 20.3%. Utilitarian Value also influences Continuance Intention, which is 25.2%. Meanwhile, Hedonic Value has no effect because it only shows the value of 0.07% to the Continuance Intention. From the one-way ANOVA test in this study, the results show that there are differences between basic and premium users. The level of Ubiquity and Enjoyment of premium users is higher than that of basic users. That fact supports the Uses and Gratifications Theory that audiences, in this case is Spotify music streaming users, choose media depending on their individual needs.