

ABSTRAK

Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Spotify Premium Pada Kalangan Milenial Jakarta Selatan. Dibawah bimbingan Bapak Tanjung Prasetyo, SE, MP.

Spotify merupakan salah satu aplikasi streaming musik yang menawarkan berbagai macam pilihan layanan. Harga paket premium yang bermacam-macam tersebut membuat para pengguna Spotify terlihat tertarik untuk menggunakan Spotify premium. Hal ini dapat dilihat berdasarkan jumlah pengguna Spotify premium yang selalu naik. Namun laba yang didapatkan justru mengalami fluktuasi bahkan kerugian hingga beberapa kali. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh penerapan *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian Spotify premium pada milenial Jakarta Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data nya melalui penyebaran kuesioner. Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer melalui hasil pra survey dari konsumen yang mengetahui dan pernah menggunakan Spotify premium, serta data sekunder yaitu data pembandingan aplikasi streaming musik dan populasi berdasarkan generasi di Jakarta Selatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa “*Brand Image* dan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian”. *Brand Image* dan Harga adalah variabel bebas (*independent*) yang secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Brand Image, Harga, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Spotify is a music streaming application that offers a wide variety of service options. The various premium package prices make Spotify users seem interested in using Spotify premium. This can be seen based on the number of premium Spotify users which always goes up. However, the profits obtained have fluctuated and even lost several times. The purpose of this study is to find out how the influence of the application of brand image and price on the purchase decision of Spotify premium in South Jakarta millennials. The research method used is a quantitative descriptive analysis method with data collection techniques through distributing questionnaires. The data sources in this study are primary data through pre-survey results from consumers who know and have used Spotify premium, as well as secondary data, namely data for comparison of music streaming applications and population based on generations in South Jakarta. The results of this study indicate that "Brand Image and Price have a positive and significant effect on purchasing decisions." Brand Image and Price are independent variables which simultaneously or partially influence purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Price, Purchase Decision