ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, TAMPILAN IKLAN DAN NILAI MANFAAT TERHADAP MINAT BELI ULANG LAYANAN *STREAMING* MUSIK (STUDI PADA KONSUMEN SPOTIFY DI KOTA BANDAR LAMPUNG)

Oleh

JONATHA AGNE SAPUTRA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk, tampilan iklan dan nilai manfaat terhadap minat beli ulang layanan *streaming* musik pada konsumen Spotify di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel accidental sampling. Sampel terdiri dari 100 responden konsumen aplikasi Spotify di Kota Bandar Lampung. Data tersebut diperoleh dari kuisioner dengan menggunakan skala *likert*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda dengan aplikasi SPSS. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa kualitas produk, tampilan iklan dan nilai manfaat secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang sebesar 57,3%. Kemudian hasil pengujian secara parsial masing-masing variabel menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang sebesar 33% dan tampilan iklan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang sebesar 31,4%. Sedangkan nilai manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang sebesar 29,1%. Sehingga, layanan *streaming* musik Spotify dapat meningkatkan minat beli ulang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Tampilan Iklan, Nilai Manfaat dan Minat Beli Ulang

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, ADVERTISING DISPLAY AND BENEFIT VALUE ON REPURCHASING INTEREST IN MUSIC STREAMING SERVICES (STUDY ON SPOTIFY CONSUMERS IN BANDAR LAMPUNG)

By

JONATHA AGNE SAPUTRA

This study aims to determinate the effect of product quality, advertising display and benefit value on repurchasing interest in music streaming services to Spotify consumers in Bandar Lampung. This study uses a quantitative approach, with accidental sampling technique. The sample consists of 100 respondents of customers Spotify in Bandar Lampung. The data were obtained from a questionnaire using a likert scale. The data analysis in this study used multiple linear analysis with the SPSS application. Based on the results of research and data analysis, shows that product quality, advertising display and benefit value simultaneously influence on the repurchasing interest 57,3%. Then the partial test results of each variable show that product quality significant effect on repurchasing interest 33% and advertising display significant effect on repurchasing interest 31,4%. Meanwhile, benefit value has significat effect on repurchasing interest 29,1%. Thus, the Spotify music streaming service can increase repurchase interest.

Keyword : Product Quality, Advertising Display, Benefit Value, Repurchasing Interest