

**PENGARUH KETERLIBATAN HEDONIS DAN UTILITARIAN PADA
GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI SPOTIFY YANG
BERKELANJUTAN**

SKRIPSI



Dapat ikut ujian TA Skripsi,
Dosen Pembimbing,
14 Juni 2024

Anas Hidayat, Ph.D

Disusun Oleh:

Nama : Muhammad Firdaus
Nomor Mahasiswa : 20311051
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024**

**Pengaruh Keterlibatan Hedonis dan Utilitarian pada Generasi Z terhadap
Penggunaan Aplikasi Spotify yang Berkelanjutan**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar
Sarjana Strata-1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,
Universitas Islam Indonesia



Disusun Oleh:

Nama : Muhammad Firdaus
Nomor Mahasiswa : 20311051
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali kutipan – kutipan secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka atau referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 11 Juni 2024

Penulis,



(Muhammad Firdaus)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Keterlibatan Hedonis dan Utilitarian pada Generasi Z Terhadap
Penggunaan Aplikasi Spotify yang Berkelanjutan

Nama : Muhammad Firdaus
Nomor Mahasiswa : 20311051
Program Studi : Manajemen
Konsenterasi : Pemasaran

Yogyakarta, 14 Juni 2024

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



(Prof. Anas Hidayat, Drs., M.B.A., Ph.D)



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ago Partadiningsih
Universitas Islam Indonesia
Cendeky Gurih Depok Yogyakarta 55288
T. (0274) 831544, 883336
F. (0274) 832389
E. lib@uii.ac.id
W. lib.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Senin, tanggal 01 Juli 2024, Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama : Muhammad Firdaus
No. Mahasiswa : 20311051
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Keterlibatan Hedonis dan Utilitarian pada Generasi Z terhadap Penggunaan Aplikasi Spotify yang Berkelanjutan
Pembimbing : Anas Hidayat, Prof., Drs., M.B.A., Ph.D.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir tersebut dinyatakan:

Lulus Ujian Tugas Akhir

Nilai : A/B
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Albari, Dr., Drs., M.Si.
Anggota Tim : Anas Hidayat, Prof., Drs., M.B.A., Ph.D.

Yogyakarta, 02 Juli 2024

Ketua Program Studi Manajemen,



Abdur Rafik, SE., M.Sc.
NIK. 133110105

ABSTRAK

Indonesia memiliki penduduk sekitar 253 juta dan sebagian besar penduduknya merupakan generasi yang lahir tahun 1997 – 2012. Dengan perkembangan media sosial yang masif membuat generasi Z terus mengikuti perkembangan. Hal ini membuat fenomena-fenomena terkini menjadi diikuti. Salah satunya ketika aplikasi *streaming* Spotify membuat Spotify *Recap* yang membuat pengguna berbondong-bondong mengunduh dan mendengarkan Spotify. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keterlibatan hedonis dan keterlibatan utilitarian terhadap sikap aplikasi dan penggunaan aplikasi berkelanjutan yang ditujukan oleh generasi Z. Data menggunakan data primer dengan 200 responden. Pengambilan data menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *convencience sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan metode *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan dibantu menggunakan aplikasi *Smart-PLS*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa keterlibatan hedonis dan keterlibatan utilitarian terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap aplikasi dan penggunaan aplikasi berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini juga membuktikan bahwa sikap aplikasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan.

Kata Kunci: Keterlibatan Hedonis, Keterlibatan Utilitarian, Sikap Aplikasi, Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan

ABSTRACT

Indonesia has a population of around 253 million and most of the population is the generation Z born in 1997 - 2012. With the massive development of social media, generation Z continues to follow developments. This makes the latest phenomena to be followed. One of them is when the Spotify streaming application creates Spotify Recap which makes users flock to download and listen to Spotify. This study aims to determine the effect of hedonic engagement and utilitarian engagement on app attitudes and continued app use aimed at generation Z. The data used primary data with 200 respondents. The data used primary data with 200 respondents. Data collection using non probability sampling technique with convenience sampling method. Hypothesis testing uses the Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS) method with the help of the Smart-PLS application. The results concluded that hedonic engagement and utilitarian engagement are proven to have a positive and significant influence on app attitudes and continued app use. In addition, this study also proves that app attitude has a positive and significant influence on continued app use.

Keywords: Hedonic Engagement, Utilitarian Engagement, App Attitude, Continued app use.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...”

(QS. Al – Baqarah, 286)

“Sesungguhnya pertolongan akan datang bersama kesabaran”

(HR. Ahmad)

“Apapun yang menjadi takdirmu akan mencari jalannya menemukanmu.”

(Ali bin Abi Thalib)

“Human clock is always in a rush, God’s clock is always on time”

(Mykhailo Mudryk)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”

(Ridwan Kamil)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji syukur atas kehadiran Allah Swt., yang telah melimpahkan rahmat, berkah dan hidayah-Nya kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Keterlibatan Hedonis dan Utilitarian pada Generasi Z Terhadap Penggunaan Aplikasi Spotify yang Berkelanjutan” yang berjalan dengan baik. Tak lupa, Selawat serta salam kepada Nabi Muhammad Saw., yang memberikan syafaatnya di hari akhir nanti.

Laporan Tugas Akhir ditulis agar memenuhi prasyarat kelulusan untuk menuntaskan studi pada program studi S-1 di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Laporan tugas akhir ini sebagai implementasi ilmu serta studi yang telah diperoleh pada masa kuliah dengan kenyataan di dunia bisnis terutama pemasaran.

Dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan laporan tugas akhir skripsi ini juga tak lepas dari berbagai bantuan, dukungan, serta sokongan dari berbagai pihak. Dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Swt., yang telah memberikan penulis kesehatan, kemampuan, dan kelancaran dalam menjalani setiap proses kehidupan serta melaksanakan penulisan laporan tugas akhir.

2. Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., PhD. Selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Abdur Rafik, S.E., M.Sc., CSA. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Prof. Drs. Anas Hidayat M.B.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pengarahannya untuk melaksanakan bimbingan terhadap penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir berupa skripsi.
5. Orang tua penulis yaitu bapak dan ibu yang telah memberikan hak untuk pendidikan sampai jenjang S-1 atau sarjana. Orang tua yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dan doa-doa baiknya yang mustajab secara maksimal. Serta orang tua yang senantiasa memberikan kesabaran dan pengorbanan berupa material dan moralnya yang luar biasa kepada penulis, sehingga penulis dapat menulis laporan tugas akhir skripsi dengan baik.
6. Kepada kakak atau mas penulis beserta keluarga terutama keponakan – keponakan yang telah memberikan semangat serta motivasinya agar penulis dapat melaksanakan penulisan laporan tugas akhir ini sampai tuntas.
7. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan, semangat, dan motivasi beserta doa-doa baiknya yang terus menyertai dalam segala proses penulisan laporan tugas akhir skripsi ini dan proses-proses kehidupan yang lain.

8. Segenap teman-teman Fakultas Bisnis dan Ekonomika terutama Manajemen 2020 yang telah berproses bersama selama dibangku kuliah (sarjana) dan telah membantu dan memberi semangat dalam melaksanakan proses penulisan laporan tugas akhir skripsi.
9. Kepada sahabat-sahabat saya yang telah berjuang bersama dalam berbagai proses kehidupan, semoga kebahagiaan, kesehatan, keberkahan, kekuatan, serta kesuksesan membersamai kalian.
10. Kepada segenap teman-teman penulis yang telah membersamai di tiap-tiap masa kehidupan. Telah memberikan semangat serta membantu penulis dalam menjalankan kehidupan ini.
11. Kepada semua responden penulis yang telah memberikan jawaban, waktu, pikiran, dan kepercayaannya dalam membantu penulis untuk mendapatkan data-data untuk proses penelitian ini selesai berupa sampel-sampel penelitian.
12. Kepada seluruh pihak yang terlibat, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih dalam membantu dan memberikan suntikan semangat terhadap seluruh proses penelitian laporan tugas akhir skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
13. Muhammad Firdaus atau penulis sendiri yang telah optimis dalam berjuang, berusaha, bersemangat, serta bersyukur atas apa yang telah dilewatinya. Dari segala rintangan dan tantangan dalam proses penelitian tugas akhir skripsi ini.

Penulis menyadari secara penuh bahwa penulisan laporan tugas akhir skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kesediaan untuk memberikan kritik, saran, dan masukan yang bertujuan untuk membangun demi kesempurnaan penulisan di masa mendatang.

Akhir kata, penulis menyampaikan permohonan maaf terdalam yang sebesar-besarnya kepada pembaca seandainya masih terdapat berbagai kesalahan di dalam laporan tugas akhir skripsi ini. Semoga laporan ini dapat dimanfaatkan sebagai mana mestinya dan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta pembaca pada umumnya.

Wa''alaikumsalam Warrahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 11 Juni 2024

Penulis,



(Muhammad Firdaus)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/COVER	0
Pengaruh Keterlibatan Hedonis dan Utilitarian pada Generasi Z terhadap Penggunaan Aplikasi Spotify yang Berkelanjutan	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Keterlibatan Media	8
2.1.2 Keterlibatan Hedonis	9
2.1.3 Keterlibatan Utilitarian	11
2.2 Pengembangan Hipotesis	12
2.2.1 Pengaruh Keterlibatan Hedonis Terhadap Sikap Aplikasi	12

2.2.2 Pengaruh Keterlibatan Hedonis Terhadap Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan.....	12
2.2.3 Pengaruh Keterlibatan Utilitarian Terhadap Sikap Aplikasi.....	13
2.2.4 Pengaruh Keterlibatan Utilitarian Terhadap Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan.....	13
2.2.5 Pengaruh Sikap Aplikasi Terhadap Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	14
2.3 Kerangka Penelitian.....	15
BAB III.....	16
3.1 Metode Penelitian.....	16
3.2 Populasi dan Sampel.....	16
3.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	17
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	18
3.4.1 Keterlibatan Hedonis	18
3.4.2 Keterlibatan Utilitarian	19
3.4.3 Sikap Aplikasi	20
3.4.4 Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	21
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	21
3.5.1 Uji Validitas	21
3.5.2 Uji Reliabilitas	24
3.6 Metode Analisis	25
3.6.1 Analisis Deskriptif	26
3.6.2 Analisis Statistik	26
BAB IV	29
4.1 Deskriptif Responden	29
4.1.1 Karakteristik Responden.....	29
4.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	31
4.3 Analisis SEM-PLS.....	36
4.3.1 Evaluasi Outer Model	36
4.3.2 Evaluasi <i>Inner</i> Model.....	39
4.4 Pembahasan	42

4.4.1 Keterlibatan hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap sikap aplikasi	42
4.4.2 Keterlibatan hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan	42
4.4.3 Keterlibatan utilitarian berpengaruh secara signifikan terhadap sikap aplikasi	43
4.4.4 Keterlibatan utilitarian berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan	44
4.4.5 Sikap aplikasi berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan	45
BAB V	46
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Implikasi Manajerial.....	47
5.3 Keterbatasan Penelitian	48
5.4 Penelitian Kedepan.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Indikator Keterlibatan Hedonis	19
Tabel 3. 2 Indikator Keterlibatan Utilitarian	19
Tabel 3. 3 Indikator Sikap Aplikasi.....	20
Tabel 3. 4 Indikator Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan.....	21
Tabel 3. 5 Uji Validitas	22
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas.....	25
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	29
Tabel 4. 2 Rentang Usia Responden	30
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	30
Tabel 4. 4 Frekuensi Mendengarkan Spotify Responden.....	31
Tabel 4. 5 Kriteria Penilaian Responden.....	32
Tabel 4. 6 Kriteria Penilaian Variabel	33
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Validitas Konvergen	36
Tabel 4. 8 Hasil Analisis AVE	37
Tabel 4. 9 Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	39
Tabel 4. 10 Hasil Path Coefficient	40
Tabel 4. 11 Hasil R-Square dan R-Square Adjusted	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	15
---------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	52
Lampiran 2. Pilot Test 30 Responden	56
Lampiran 3. Data Penelitian 200 Responden	61
Lampiran 4. SEM-PLS.....	75

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia, sebagai negara kepulauan dengan jumlah penduduk mencapai sekitar 253 juta, menjadikannya negara dengan populasi terbanyak keempat di dunia. Dalam struktur demografisnya, Generasi Z menjadi mayoritas yang signifikan, melibatkan individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Sebagai generasi paling muda di dunia, Generasi Z memiliki karakteristik unik yang berbeda dari pendahulunya. Generasi Z cenderung bersifat pragmatis, dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomi dan peristiwa di sekitar mereka. Mereka memiliki kecenderungan untuk fokus pada keamanan dan aspek keuangan dalam kehidupan mereka, mencerminkan kesadaran akan kondisi finansial dan realitas lingkungan mereka. Keterampilan adaptasi mereka yang tinggi terhadap perubahan teknologi sejalan dengan kenyamanan mereka dalam menggunakan teknologi sejak lahir. Ciri khas yang mencolok dari Generasi Z adalah kemampuan dan preferensi mereka untuk kesendirian dan pemahaman teknologi yang dimiliki sejak dini membuat mereka mampu melakukan tugas sendiri dan mencari informasi melalui perangkat yang mereka miliki. Meskipun demikian, media sosial memainkan peran penting dalam kehidupan mereka, berfungsi sebagai alat komunikasi dan interaksi yang memungkinkan mereka terhubung tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Walau akrab dengan dunia digital, Generasi Z juga menunjukkan kecenderungan untuk berkomunikasi secara langsung atau tatap muka. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun terhubung secara digital, mereka tetap menghargai nilai komunikasi antar

pribadi yang dapat menambah dimensi kehidupan sosial mereka. Dengan begitu, Generasi Z menjadi kelompok yang menggabungkan kecanggihan teknologi dengan keinginan untuk tetap terhubung secara pribadi (Kamsidah, 2023).

Dengan kemudahan akses dan paparan teknologi serta sosial media sejak dini, Generasi Z dihadapkan pada beragam kerugian dan dampak negatif. Meskipun mereka lebih mudah mengekspresikan diri dan mencapai berbagai keinginan, kecenderungan Generasi Z untuk tidak mengadopsi gaya hidup sehat menjadi salah satu perhatian utama. Mereka lebih rentan terhadap kebiasaan yang merugikan kesehatan, termasuk kurangnya aktivitas fisik dan pola makan yang tidak sehat. Selain itu, ketidakmampuan Generasi Z dalam mengelola stres juga menjadi isu serius. Paparan terus-menerus terhadap informasi di media sosial dan tekanan untuk mencapai standar tertentu dapat menyebabkan tingkat stres yang tinggi. Mereka cenderung terjebak dalam karakteristik "*Fear of Missing Out*" (FOMO), yaitu rasa takut untuk melewatkan sesuatu yang sedang terjadi di sekitarnya, yang dapat berdampak negatif pada kesejahteraan mental dan emosional mereka. Dengan demikian, meskipun Generasi Z memiliki kecakapan teknologi yang luar biasa, penting untuk menyadari bahwa hal ini juga membawa beban psikologis dan kesehatan yang perlu diperhatikan secara serius. Selain kerugian dalam aspek kesehatan dan stres yang telah disebutkan, Generasi Z juga dapat mengalami dampak negatif terkait dengan perilaku hedonis. Hedonisme merujuk pada kecenderungan untuk mencari kenikmatan instan dan gratifikasi tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Generasi Z, yang hidup dalam era

digital dengan akses mudah terhadap berbagai hiburan dan kesenangan, mungkin lebih rentan terhadap perilaku hedonis (Nur Rakhmah, 2021)

Dalam konteks media sosial, Generasi Z sering terlibat dalam budaya simbolik, di mana nilai dan identitas mereka sering kali diukur berdasarkan jumlah pengikut, suka, atau interaksi di platform sosial. Tekanan untuk membangun citra yang sempurna dan mendapatkan validasi dari rekan sebaya dapat menyebabkan ketidakpuasan diri dan kecemasan sosial. Fenomena ini dapat terkait erat dengan kecenderungan hedonistik, di mana mereka mencari kepuasan segera dari pengakuan daring tanpa memikirkan dampaknya pada kesejahteraan mental mereka. Selain itu, simbolisme di media sosial juga dapat menciptakan tekanan untuk mengikuti tren dan standar kecantikan yang mungkin tidak realistis. Generasi Z dapat merasa terdorong untuk mencapai citra ideal yang sering kali dibangun oleh media sosial, yang dapat berkontribusi pada perasaan tidak puas terhadap penampilan dan menciptakan persepsi yang tidak sehat tentang kecantikan dan nilai diri. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, penting untuk memahami bahwa meskipun Generasi Z memiliki kecakapan teknologi yang luar biasa, mereka juga dapat mengalami tekanan psikologis dan konsekuensi kesehatan akibat penggunaan yang tidak sehat dari teknologi dan media sosial. Dalam pengembangan solusi atau pendekatan pendidikan, perlu diterapkan pemahaman mendalam terhadap tantangan ini untuk mendukung kesejahteraan holistik Generasi Z (Seto Saputro, 2023)

Nilai utilitarian merupakan kegiatan berbelanja yang dilakukan konsumen secara rasional yang didasarkan atas pertimbangan manfaat yang diberikan suatu

produk tertentu (Amalia Putri, 2020). Menurut Amalia Putri (2020) Nilai utilitarian dipilih secara rasional memiliki empat dimensi, yaitu penghematan (*monetary saving*), pilihan (*selection*), kenyamanan (*convenience*), dan produk yang disesuaikan (*customized product*) Tekanan untuk membangun citra yang sempurna dan mendapatkan validasi dari sesama pengguna Spotify dapat menciptakan ketidakpuasan diri dan kecemasan sosial. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan kecenderungan hedonistik Generasi Z, di mana mereka mungkin mencari kepuasan segera dari pengakuan *online* tanpa memikirkan dampaknya pada kesejahteraan mental mereka. Dalam konteks Spotify, dorongan untuk terus-menerus mengunggah lagu atau *playlist* populer dan mengumpulkan pengikut dapat menjadi bentuk pencarian kesenangan instan yang mungkin tidak selalu sehat. Selain itu, simbolisme di media sosial, termasuk Spotify, juga dapat menciptakan tekanan untuk mengikuti tren musik dan standar kepopuleran yang mungkin tidak realistis. Generasi Z dapat merasa terdorong untuk mencapai citra musik ideal yang sering kali dibangun oleh tren dan popularitas di platform ini, yang dapat berkontribusi pada perasaan tidak puas terhadap preferensi musik mereka sendiri. Dalam mempertimbangkan tantangan ini, penting untuk memahami bahwa meskipun Generasi Z memiliki kecakapan teknologi yang luar biasa, mereka juga dapat mengalami tekanan psikologis dan konsekuensi kesehatan akibat penggunaan yang tidak sehat dari teknologi dan media sosial, termasuk platform musik seperti Spotify. Oleh karena itu, pendekatan pendidikan dan solusi yang holistik perlu diterapkan untuk mendukung kesejahteraan mereka, termasuk pembentukan sikap

yang sehat terhadap aplikasi seperti Spotify dan kesadaran akan dampak psikologis dari interaksi *online* yang intens (van Berlo et.al, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Dengan adanya fenomena yang terjadi pada Generasi Z karena masifnya informasi di media sosial. Perilaku hedonisme yang berakibat terhadap simbolisasi atau pengakuan membuat fenomena ini menjadi tren terutama di akhir tahun karena pada aplikasi Spotify terdapat rangkuman menit, lagu, penyanyi, serta *podcast* teratas yang sering didengar oleh pengguna aplikasi Spotify. Dalam fenomena tersebut, bagaimana sikap Generasi Z mengenai perilaku hedonis serta utilitarian terhadap aplikasi Spotify. Dengan adanya perilaku hedonis dan utilitarian pada Generasi Z, apakah menjadikan aplikasi Spotify sebagai aplikasi yang berkelanjutan atau tidak.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah keterlibatan hedonis pada Generasi Z berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan aplikasi Spotify?
2. Apakah keterlibatan hedonis pada Generasi Z berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi Spotify secara berkelanjutan?
3. Apakah keterlibatan utilitarian pada Generasi Z berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan aplikasi Spotify?
4. Apakah keterlibatan utilitarian pada Generasi Z berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi Spotify secara berkelanjutan?

5. Apakah sikap menggunakan aplikasi Spotify berpengaruh positif terhadap penggunaan yang berkelanjutan?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan variabel keterlibatan hedonis pada Generasi Z yang berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan aplikasi Spotify.
2. Menjelaskan variabel keterlibatan hedonis pada Generasi Z yang berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan Spotify.
3. Menjelaskan variabel keterlibatan utilitarian pada Generasi Z terhadap pengaruh positif sikap penggunaan aplikasi Spotify.
4. Menjelaskan variabel keterlibatan utilitarian pada Generasi Z terhadap pengaruh positif penggunaan aplikasi berkelanjutan Spotify.
5. Menjelaskan variabel aplikasi berkelanjutan pada sikap Generasi Z terhadap pengaruh positif aplikasi Spotify.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini, diharapkan bisa menjadi bahan referensi pada penelitian selanjutnya.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan pemahaman serta wawasan mengenai pengaruh perilaku hedonis dan utilitarian dalam menggunakan aplikasi berkelanjutan kepada Generasi Z.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menjadi penambahan wawasan bagi pembaca dan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan pengaruh perilaku hedonis dan utilitarian terhadap aplikasi Spotify, sehingga bisa mendapatkan hasil yang lebih mendalam serta terbaru mengenai subjek penelitian yang sama. Penelitian ini menyediakan hasil terkait pengaruh perilaku hedonis dan utilitarian terhadap aplikasi berkelanjutan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Keterlibatan Media

Media memberikan penawaran tentang keterlibatan terhadap pengalaman media. Berdasarkan pengalaman-pengalaman tersebut dapat digambarkan secara tepat bahwa persepsi pengguna bisa menilai media melalui saat menggunakannya. Seperti terdapat persepsi terhadap suatu aplikasi memberikan penawaran tentang kesenangan atau kenyamanan (van Berlo et al., 2023).

Menurut van Berlo et al. (2023) Mengidentifikasi berbagai pengalaman penting pengguna media saat melakukan interaksi dengan media. Dalam konteks ini, mereka menemukan bahwa pengalaman keterlibatan yang mengekspresikan diri pengguna secara relevan atau cocok terhadap media sangat penting.

Setelah bertahun-tahun, kerangka keterlibatan media telah diimplementasikan pada berbagai media seperti surat kabar, situs berita, televisi, hingga media sosial. Secara umum, keterlibatan media berdampak positif terhadap iklan yang afektif, perilaku niat, perilaku pembaca, dan perilaku membeli (van Berlo et al., 2023).

Menurut van Berlo et al. (2023) menemukan bahwa pengalaman dalam keterlibatan hedonis dan utilitarian adalah faktor penting untuk ketersediaannya dalam membayar dan menggunakan aplikasi berbayar serta aplikasi secara berkelanjutan.

2.1.2 Keterlibatan Hedonis

Konsep hedonis bisa dimaknai sebagai membantu kegembiraan laki-laki. Konsep ini mengenai sesuatu yang sangat membahagiakan sebagai “baik” dan “buruk” sebagai sesuatu yang sangat menyakitkan (Pranatika, 2022). Pendengar ingin menikmati musik atau *podcast* dan mewujudkan perilaku konsumsi dengan keterlibatan atau motivasi hedonis. Perilaku hedonis dari sudut pandang bisnis yaitu aplikasi Spotify sangat penting dan dianggap menyenangkan oleh penikmat bahkan pendengar. Perspektif pendengar mengarah pada sikap emosional dalam proses memilih sampai membeli produk premium yang realisasinya tidak terencana.

Menurut Rahmadilah and Sari (2021) Keterlibatan hedonis berbanding lurus dengan kebutuhan emosional seseorang dalam menikmati dan menjalankan proses yang menarik dalam berbelanja. Kesadaran memilih secara hedonis mencerminkan nilai pengalaman seperti hiburan, kegembiraan, kesenangan, dan kenikmatan.

Menurut Kaczmarek (2017) motivasi hedonis adalah keinginan untuk memulai perilaku dalam meningkatkan pengalaman positif, seperti pengalaman memuaskan atau baik, kita melihat bahwa konsumsi tidak hanya dilandasi oleh pertimbangan rasional, tetapi juga pertimbangan emosi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa karakteristik produk, atribut, dan keunggulan berperan semua dalam proses ini. Konsumen saat ini cenderung bertindak secara spontan dan mengikuti keinginan, serta melihat produk sebagai sesuatu yang memicu emosi

(Pranatika, 2022). Perspektif konsumen terhadap konsumsi mencerminkan pandangan hedonis dan kenikmatan dalam mengonsumsi.

Keterlibatan hedonis dan utilitarian membentuk prinsip dasar dari fenomena konsumsi. Harapan dari hedonis dan utilitarian terhadap suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti rasionalitas, perasaan, keinginan sesaat, kebiasaan, gender, pendapatan, lingkungan sosial, dan budaya dari konsumen. Karakteristik objektif seperti konten, harga, serta fungsi produk masuk kedalam motivasi utilitarian, sedangkan motivasi hedonis seperti kesenangan emosional, fisik, mimpi, dan estetika. Produk juga dapat diklasifikasikan sebagai kegunaan seperti (penanak nasi, keamanan rumah, sabun cuci, dll.) dan sebagai hedonis (musik, mobil sport, jam tangan mewah, aksesoris pakaian, dll.).

Motivasi hedonis dapat tercipta melalui gairah seseorang terhadap pembaruan fitur-fitur terbaru dan membeli menjadi gaya hidup seseorang untuk memenuhi kebutuhan hariannya (Asning Kosyu et al., 2014). Masifnya tingkat penyebaran informasi media sangat berpengaruh dalam perkembangan budaya musik, tren, dan hal lain yang berpotensi membuat orang ingin mengikuti atau hanya mencoba sekali. Pola pemasaran yang tepat dapat diterima dengan baik oleh konsumen yang membuat konsumsi pada sesuatu memberikan motivasi hedonis yang cukup berpengaruh terhadap seseorang.

Perilaku hedonis sering ditemukan pada saat ini karena globalisasi. Berbagai informasi berlomba-lomba dalam menunjukkan jenis-jenis yang sedang tren dan tidak boleh membuat orang merasa tertinggal oleh tren. Menurut Gültekin

and Özer (2012) menyatakan bahwa motivasi hedonis dapat diukur melalui indikator berikut: belanja memberikan pengalaman spesial, belanja memberikan alternatif untuk mengatasi stres, konsumen kadang suka belanja untuk orang lain, konsumen suka potongan harga, konsumen suka belanja bersama keluarga atau teman, konsumen belanja mengikuti tren.

2.1.3 Keterlibatan Utilitarian

Pengalaman keterlibatan utilitarian merupakan pengalaman pengguna media dalam merasakan perasaan nyaman dan perasaan bahwa media yang digunakan membantu dalam melakukan sesuatu (van Berlo et al., 2023)

Menurut Al Hafiyya (2023) Penggunaan barang berdasarkan nilai kognitif, nilai guna, dan nilai fungsi yang melekat pada produk berdasarkan persepsi konsumen merupakan nilai utilitarian. Dorongan seseorang dalam melakukan penilaian produk agar mendapatkan barang atau jasa yang berkualitas yaitu utilitarian value.

Menurut Amalia Putri (2020) Nilai utilitarian merupakan kegiatan berbelanja yang dilakukan konsumen secara rasional yang didasarkan atas pertimbangan manfaat yang diberikan suatu produk tertentu. Nilai utilitarian dipilih secara rasional memiliki empat dimensi, yaitu penghematan (*monetary saving*), pilihan (*selection*), kenyamanan (*convenience*), produk yang disesuaikan (*customized product*).

Kim (2006) menjelaskan bahwa terdapat dua dimensi *utilitarian value* yaitu *efficiency* dan *achievement*. Efisiensi yaitu ketika produk yang digunakan mampu menghemat waktu serta biaya, sedangkan pencapaian yaitu ketika tujuan pembelian dapat tercapai sesuai dengan perencanaan.

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Keterlibatan Hedonis Terhadap Sikap Aplikasi

Menurut penelitian yang dilakukan oleh van Berlo et al. (2023) bahwa pengalaman hedonis memiliki efek langsung yang positif terhadap sikap memilih aplikasi.

Menurut Studi yang dilakukan oleh Al Hafiyya (2023) menyatakan bahwa keterlibatan nilai hedonis berpengaruh positif terhadap sikap konsumen. Dengan hasil dari penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

H1 = Keterlibatan hedonis berdampak positif terhadap aplikasi

2.2.2 Pengaruh Keterlibatan Hedonis Terhadap Penggunaan Aplikasi

Berkelanjutan

Menurut studi yang dilakukan oleh Agra Priambada (2023) membuktikan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan yang ditandai mengenai semakin tinggi motivasi hedonis maka akan meningkatkan niat berkelanjutan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hadi Hari (2020) menjelaskan bahwa kesadaran berbelanja hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berbelanja ulang atau berkelanjutan di sektor ritel *multi-channel*. Hal itu menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran berbelanja hedonis maka akan semakin tinggi juga niat berbelanja ulang pada ritel *multi-channel*.

H2 = Keterlibatan hedonis berdampak positif terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan

2.2.3 Pengaruh Keterlibatan Utilitarian Terhadap Sikap Aplikasi

Menurut penelitian yang dilakukan oleh van Berlo et al. (2023) bahwa pengalaman utilitarian memiliki efek langsung yang positif terhadap sikap memilih aplikasi.

Menurut hasil studi yang dilakukan oleh Al Hafiyya (2023) menyatakan bahwa keterlibatan nilai utilitarian berpengaruh positif terhadap sikap konsumen. Dengan hasil dari penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

H3 = Keterlibatan utilitarian berdampak positif terhadap sikap aplikasi

2.2.4 Pengaruh Keterlibatan Utilitarian Terhadap Penggunaan Aplikasi

Berkelanjutan

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dwi Kurniawan (2020) menyatakan bahwa keterlibatan utilitarian atau persepsi kegunaan berpengaruh

positif yang signifikan terhadap kepuasan penggunaan aplikasi pesan antar makanan.

Menurut hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh Aliy Rachmani (2020) bahwa berdasarkan analisis deskriptif yang dilakukan menunjukkan sikap positif terhadap minat penggunaan berkelanjutan seperti menggunakan platform media sosial Instagram yang dimanfaatkan sebagai alat untuk bekerja bahkan memanfaatkan fungsi yang lainnya.

H4 = Keterlibatan utilitarian berdampak positif terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan

2.2.5 Pengaruh Sikap Aplikasi Terhadap Penggunaan Aplikasi

Berkelanjutan

Menurut hasil studi yang dilakukan oleh Dwi Kurniawan (2020) keterlibatan aplikasi atau kepuasan terhadap aplikasi berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan.

Menurut hasil studi yang dilakukan oleh Randilla A P (2021) menjelaskan bahwa kepuasan pengguna aplikasi berpengaruh terhadap niat penggunaan aplikasi secara berkelanjutan.

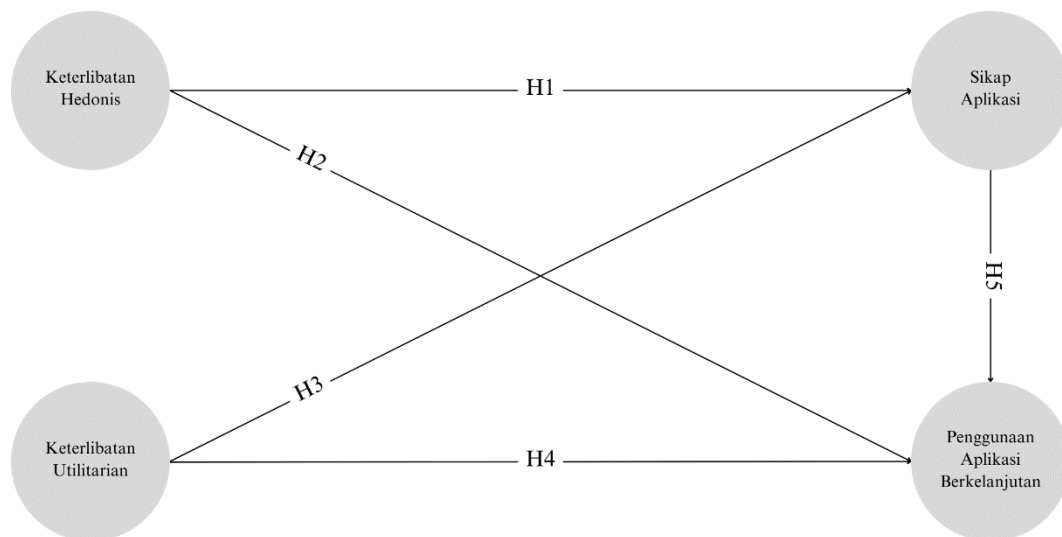
Menurut penelitian yang dilakukan oleh van Berlo et al. (2023) bahwa keterlibatan aplikasi berpengaruh terhadap aplikasi yang digunakan secara berkelanjutan. Pengaruh tersebut dipengaruhi oleh keterlibatan hedonis dan

keterlibatan simbolik. Dengan hasil dari penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

H5 = Sikap aplikasi berdampak positif terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan

2.3 Kerangka Penelitian

Berdasarkan penjelasan teoritis dan hipotesis sebelumnya, maka dapat dibentuk kerangka model penelitian peneliti seperti ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang akan digunakan adalah data primer dengan metode kuantitatif yang bertujuan mengidentifikasi pengaruh antara variabel hedonis, utilitarian, dan sikap aplikasi dengan objek pengguna Spotify. Peneliti menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden. Kuesioner dibentuk melalui *google form*. Target responden pada kuesioner yaitu generasi Z yang menggunakan aplikasi Spotify di Indonesia.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan area atau wilayah secara umum yang mencakup objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik yang digunakan untuk memberi kesimpulan (Sugiyono, 2014). Dalam Penelitian ini, populasi yang dijadikan target yaitu para pengguna Spotify gratis maupun Spotify premium yang merinci kepada generasi Z. Generasi yang lahir dalam rentang tahun 1997 sampai tahun 2012 atau sekitar umur 12 tahun sampai 27 tahun pada saat peneliti meneliti ini.

Sampel merupakan populasi dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki (Sugiyono, 2014). Sampel diambil dari pengguna aplikasi *streaming* Spotify gratis maupun Spotify premium atau berbayar kepada generasi Z. Generasi yang lahir dalam rentang tahun 1997 sampai tahun 2012 atau sekitar umur 12 tahun sampai 27 tahun pada saat peneliti meneliti ini. Pengambilan sampel pada penelitian ini

menggunakan *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Menurut Zikmund and Babin (2007) *convenience sampling* merupakan metode atau teknik pengambilan data dari sampel yang tersedia dengan mudah. Menurut Ghozali (2017) ukuran dalam pengukuran menggunakan analisis SEM minimal 100 sampai 200 sampel. Dalam penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 200 responden. Teknik pengumpulan data disebarkan melalui kuesioner yang didistribusikan langsung kepada subjek penelitian dan dikumpulkan setelah dijawab responden.

3.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung yang digunakan peneliti dari sumber pertama atau asli. Setelah itu, data yang diperoleh dari sumber asli kemudian dikumpulkan lalu digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, data primer berisi mengenai keterlibatan hedonis, keterlibatan utilitarian, sikap aplikasi, dan penggunaan aplikasi secara berkelanjutan pada aplikasi Spotify. Kuesioner dibentuk melalui *google forms*. dan dibagikan secara dalam jaringan (daring) dan luar jaringan (luring) menggunakan *link* dan kode bar. Untuk mengukur akurasi penelitian, langkah awal yang perlu dilakukan adalah mendistribusikan kuesioner kepada sejumlah responden untuk mengevaluasi kesesuaian dan efektivitas kuesioner tersebut. Tahap awal dalam proses evaluasi tersebut dikenal sebagai uji pilot atau pilot *study* (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini, hasil yang telah disebarkan kepada responden dapat diukur menggunakan dalam bentuk skala *likert*. Menurut Syofian et al. (2015) Skala *likert* merupakan suatu alat pengukuran *psikometrik* yang sangat populer digunakan dalam penelitian berupa wawancara atau survei. Rensis Likert adalah orang yang pertama kali menerbitkan laporan dan menjelaskan bagaimana cara penggunaannya. Ketika responden memberikan umpan balik dari pertanyaan dalam skala likert, mereka memilih salah satu dari berbagai pilihan untuk mengukur sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan tertentu. Pilihan responden umumnya memiliki lima opsi pilihan skala seperti:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Keterlibatan Hedonis

Nilai hedonis adalah dorongan internal untuk menikmati suatu produk, merasakan kesenangan dari produk tersebut, berinteraksi dengan orang lain, serta memperoleh pengalaman pribadi dan sosial (Al Hafiyya, 2023).

Tabel 3. 1 Indikator Keterlibatan Hedonis

Keterlibatan Hedonis (Al Hafiyya, 2023)	
1.	Saya senang memilih Spotify karena memiliki musik dan <i>podcast</i> yang terbaru.
2.	Saya senang memilih Spotify karena memiliki tren tangga lagu dan <i>podcast</i> yang sedang <i>hits</i> .
3.	Saya memilih Spotify karena menjadi aplikasi <i>streaming</i> terlaris.
4.	Aplikasi Spotify cocok untuk menghilangkan kejenuhan.
5.	Aplikasi Spotify dapat terkoneksi dan berteman antar pengguna.
6.	Aplikasi Spotify dapat memantau lagu atau <i>podcast</i> teman yang sedang didengarkan.

3.4.2 Keterlibatan Utilitarian

Nilai utilitarian merupakan perilaku dalam memilih produk yang lebih rasional dan tidak emosional yang terbentuk secara alami apabila seseorang ingin mengalokasikan sumber dayanya agar lebih efisien (Dimastita B and Dharmayanti, 2014).

Tabel 3. 2 Indikator Keterlibatan Utilitarian

Keterlibatan Utilitarian (Al Hafiyya, 2023)	
1.	Aplikasi Spotify selalu mempertimbangkan kualitas layanan yang lebih unggul daripada aplikasi <i>streaming</i> lain.
2.	Aplikasi Spotify selalu menjaga kualitas musik dan <i>podcast</i> .

3.	Aplikasi Spotify memiliki tampilan yang nyaman bagi pengguna.
4.	Aplikasi Spotify memiliki pilihan layanan gratis dan berbayar sesuai keadaan pengguna.
5.	Aplikasi Spotify memiliki pilihan fitur berbayar sesuai pilihan pengguna.
6.	Aplikasi Spotify memiliki fitur berbayar yang sesuai dengan kualitasnya.

3.4.3 Sikap Aplikasi

Sikap merupakan perasaan, pandangan, dan kecenderungan seseorang yang konsisten dalam menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau ide (Kotler et al., 2016).

Tabel 3. 3 Indikator Sikap Aplikasi

Sikap Aplikasi (Rizqi Ernanda, 2023)	
1.	Saya yakin aplikasi Spotify memberikan kenyamanan pendengar dalam memberikan rekomendasi lagu atau <i>podcast</i> sesuai minat pendengar.
2.	Saya yakin aplikasi Spotify dapat bermanfaat dalam memuaskan <i>mood</i> dan suasana pendengar.
3.	Saya yakin aplikasi Spotify memberikan kemudahan digital dalam berkarya.
4.	Saya yakin fitur Spotify premium dapat memberikan layanan yang lebih baik daripada Spotify gratis.

3.4.4 Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan

Rencana atau niat penggunaan berkelanjutan dapat diartikan sebagai penggunaan berkelanjutan dari aplikasi oleh responden, dari penerimaan keputusan awal kemudian ke keputusan lanjutan (Lee and Kwon, 2011).

Indikator Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan

Tabel 3. 4 Indikator Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan

Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan (Alruwaie et al., 2020)	
1.	Saya akan terus menggunakan aplikasi Spotify di masa mendatang.
2.	Saya akan secara teratur menggunakan aplikasi Spotify di masa mendatang.
3.	Saya terus menggunakan aplikasi Spotify daripada menggunakan aplikasi musik <i>streaming</i> yang lain.
4.	Saya tidak akan menghentikan penggunaan terhadap aplikasi Spotify.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas mempunyai tujuan untuk menentukan apakah alat ukur seperti kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data merupakan data yang tepat atau tidak untuk pengumpulan data yang digunakan dalam pengambilan keputusan penelitian. Indikator atau instrumen yang dinyatakan valid menunjukkan bahwa alat pengukur yang digunakan untuk pengumpulan data memiliki validitas atau

keabsahan (Kurniawan et al., 2018). Berikut hasil pengujian *pilot test* yang berjumlah 30 responden:

Tabel 3. 5 Uji Validitas

Variabel/Indikator	Kode	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Keterlibatan Hedonis KH				
Saya senang memilih Spotify karena memiliki musik dan <i>podcast</i> yang terbaru.	KH1	0,892	0,361	Valid
Saya senang memilih Spotify karena memiliki tren tangga lagu dan <i>podcast</i> yang sedang <i>hits</i> .	KH2	0,853	0,361	Valid
Saya memilih Spotify karena menjadi aplikasi <i>streaming</i> terlaris.	KH3	0,813	0,361	Valid
Aplikasi Spotify cocok untuk menghilangkan kejenuhan.	KH4	0,846	0,361	Valid
Aplikasi Spotify dapat terkoneksi dan berteman antar pengguna.	KH5	0,765	0,361	Valid
Aplikasi Spotify dapat memantau lagu atau <i>podcast</i> teman yang sedang didengarkan.	KH6	0,787	0,361	Valid
Keterlibatan Utilitarian KU				
Aplikasi Spotify selalu mempertimbangkan kualitas layanan yang lebih unggul daripada aplikasi <i>streaming</i> lain.	KU1	0,900	0,361	Valid
Aplikasi Spotify selalu menjaga kualitas musik dan <i>podcast</i> .	KU2	0,849	0,361	Valid

Variabel/Indikator	Kode	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Aplikasi Spotify memiliki tampilan yang nyaman bagi pengguna.	KU3	0,868	0,361	Valid
Aplikasi Spotify memiliki pilihan layanan gratis dan berbayar sesuai keadaan pengguna.	KU4	0,801	0,361	Valid
Aplikasi Spotify memiliki pilihan fitur berbayar sesuai pilihan pengguna.	KU5	0,860	0,361	Valid
Aplikasi Spotify memiliki fitur berbayar yang sesuai dengan kualitasnya.	KU6	0,912	0,361	Valid
Sikap Aplikasi SA				
Saya yakin aplikasi Spotify memberikan kenyamanan pendengar dalam memberikan rekomendasi lagu atau <i>podcast</i> sesuai minat pendengar.	SA1	0,918	0,361	Valid
Saya yakin aplikasi Spotify dapat bermanfaat dalam memuaskan <i>mood</i> dan suasana pendengar.	SA2	0,867	0,361	Valid
Saya yakin aplikasi Spotify memberikan kemudahan digital dalam berkarya.	SA3	0,935	0,361	Valid
Saya yakin fitur Spotify premium dapat memberikan layanan yang lebih baik daripada Spotify gratis.	SA4	0,855	0,361	Valid
Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan AB				

Variabel/Indikator	Kode	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Saya akan terus menggunakan aplikasi Spotify di masa mendatang.	AB1	0,836	0,361	Valid
Saya akan secara teratur menggunakan aplikasi Spotify di masa mendatang.	AB2	0,827	0,361	Valid
Saya terus menggunakan aplikasi Spotify daripada menggunakan aplikasi musik <i>streaming</i> yang lain.	AB3	0,834	0,361	Valid
Saya tidak akan menghentikan penggunaan terhadap aplikasi Spotify.	AB4	0,810	0,361	Valid

Sumber: Olah data, 2024

Berdasarkan pengujian *pilot test* di atas, dapat dirangkum bahwa uji validitas pada setiap indikator variabel dapat dikatakan valid karena hasil yang didapatkan lebih besar daripada nilai r hitung yang tingkat signifikansinya 5% ($n-2$) yaitu 0,361.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji sejauh mana hasil pengukuran dalam kuesioner konsisten dan bisa diandalkan saat diukur berulang-ulang dalam angket (Ghozali, 2018). Ketika responden memberikan jawaban yang menunjukkan konsistensi maka kuesioner dianggap memiliki reliabilitas (Nurul Ubay, 2023).

Kriteria uji reliabilitas agar konstruk dianggap reliabel adalah *Cornbach Alpha* > 0,7.

Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	<i>Cornbach Alpha</i>	Standard <i>Cornbach Alpha</i>	Keterangan
Keterlibatan Hedonis	6	0,904	0,7	Reliabel
Keterlibatan Utilitarian	6	0,931	0,7	Reliabel
Sikap Aplikasi	4	0,917	0,7	Reliabel
Aplikasi Berkelanjutan	4	0,840	0,7	Reliabel

Sumber: Olah data, 2024

Berdasarkan uji reliabilitas tabel 3.6 menunjukkan bahwa uji reliabilitas terhadap semua variabel ini bisa dikatakan reliabel karena hasil yang diperoleh lebih besar dari 0,7. Berdasarkan hasil *pilot test* yang telah didapatkan, maka penelitian ini dapat disebarluaskan sesuai sampel yang telah ditetapkan.

3.6 Metode Analisis

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan tahapan yang perlu dilaksanakan setelah terkumpulnya data dari responden atau sumber lain. Langkah ini memiliki berbagai tahapan, seperti mengelompokkan data sesuai dengan variabel dan jenis responden, mengumpulkan data dari semua responden sesuai variabel, memberikan masing-masing data untuk setiap variabel yang sedang

diteliti, menjawab pertanyaan penelitian dengan perhitungan, dan menguji hipotesis yang telah diajukan dengan melakukan perhitungan (Sugiyono, 2014). Dengan melakukan analisis data ini penting dilakukan karena untuk menilai hasil dari penelitian apakah dapat diterima atau ditolak.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang merujuk pada metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang bermaksud menguraikan data yang telah didapat dengan tujuan membuat kesimpulan yang umum. Dalam penelitian yang melibatkan seluruh populasi, statistik deskriptif secara rutin digunakan dalam proses analisisnya (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan dengan mengolah data mentah dari jawaban kuesioner menjadi informasi yang ringkas dan mudah dipahami.

3.6.2 Analisis Statistik

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan dibantu menggunakan *Smart PLS*.

Dalam analisis PLS, terdapat dua tahapan evaluasi yaitu: (1) Evaluasi *Outer Model* bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas, dan (2) Evaluasi *Inner Model* bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat.

3.6.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) adalah tahap dalam analisis model struktural yang bertujuan mengukur kualitas pengukuran variabel dalam model penelitian. Tujuan utamanya adalah memastikan bahwa indikator-indikator

yang digunakan untuk mengukur variabel laten adalah valid dan reliabel mempresentasikan konstruk yang dimaksud (Al Hafiyya, 2023). Dalam pengujian, pengujian validitas memiliki tiga validitas yaitu:

1. Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen digunakan untuk mengukur indikator-indikator suatu variabel laten saling berhubungan dan mampu mengukur konstruk yang sama. Validitas konvergen dinilai dengan melihat nilai koefisien faktor beban (*factor loading*) yang signifikan dan tinggi pada indikator-indikator terkait. *Loading factor* dianggap ideal jika bernilai $\geq 0,7$ sedangkan validitas konvergen yang baik ditandai dengan AVE bernilai $\geq 0,5$.

2. Uji Validitas Diskriminan

Uji Validitas diskriminan digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel laten atau konstruk yang berbeda dapat dibedakan satu sama lain dalam analisis struktural. Validitas yang baik ditunjukkan jika variabel laten tidak terlalu erat kaitannya dan dianggap sebagai konstruk yang berbeda. Evaluasi validitas diskriminan dilakukan dengan membandingkan *Square Root Average Variance Ekstraksi* (AVE) atau bisa disebut akar AVE dengan nilai korelasi antar konstruk. Jika nilai akar AVE lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk, maka diskriminan dapat dianggap memenuhi kriteria yang baik.

3. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana indikator-indikator dalam suatu variabel laten dapat mengukur konstruk yang dapat diandalkan dan

konsisten. Reliabilitas dapat diuji menggunakan *Cronbach's alpha* dan *Composite Reliability* (CR) dengan skor minimal 0,7. Suatu konstruk dianggap memenuhi kriteria jika mencapai skor minimal yang disyaratkan.

3.6.2.2 Evaluasi Inner Model

Evaluasi *inner* model merupakan tahap penting dalam analisis SEM PLS. Fokus utama evaluasi ini adalah menguji hubungan antara variabel laten atau konstruk dalam model penelitian serta memastikan kesesuaian model dengan data empiris. Terdapat dua tahapan dalam mengevaluasi *inner* model yaitu:

1. *Goodness of fit*

Dalam smart PLS, *Goodness of Fit* ditentukan dari nilai *R-Square*. Dalam *inner* model, terdapat R^2 yang digunakan untuk menguji seberapa besar variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin sesuai model prediksi penelitian yang diajukan dengan kriteria yang ditetapkan.

2. Pengujian Hipotesis dengan *path coefficient* dan t-statistik

Uji *path coefficient* dan t-statistik dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien *path*/jalur antara variabel laten. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah hubungan antara variabel laten yang diajukan dalam hipotesis secara statistik signifikan atau tidak.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Responden

Data yang telah diperoleh dari responden-responden akan dijelaskan dengan rinci pada bagian deskriptif penelitian. Dalam penelitian ini informasi bersifat deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan profil data penelitian dan mendeskripsikan hubungan antar variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

4.1.1 Karakteristik Responden

Berikut merupakan hasil penelitian yang telah diisi oleh 200 responden, dengan ini maka dapat diidentifikasi melalui beberapa karakteristik responden sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Gambaran jumlah dan persentase dari jenis kelamin responden dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	64	32,00 %
Perempuan	136	68,00 %
Jumlah	200	100 %

Sumber: Olah data, 2024

Dalam tabel 4.1 tersebut menunjukkan bahwa hasil responden dari penelitian ini yang memiliki jenis kelamin Laki - Laki berjumlah 64 responden atau

sebesar 32% sedangkan yang memiliki jenis kelamin Perempuan berjumlah 136 responden atau sebesar 68%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan data mengenai rentang usia responden yang akan dijadikan target untuk data penelitian.

Tabel 4. 2 Rentang Usia Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
12 – 16	16	8,00 %
17 – 21	89	44,50 %
22 – 27	95	47,50 %
Jumlah	200	100 %

Sumber: Olah data, 2024

Dari tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa rentang usia responden dari generasi Z yang dibagi menjadi 3 bagian menunjukkan bahwa pada usia 12 – 16 berjumlah 16 responden atau sebesar 8%. Pada usia 17 – 21 berjumlah 89 atau sebesar 44,5%. Lalu, jumlah terbanyak dalam data penelitian ini merupakan usia 22 – 27 yang berjumlah 95 atau sebesar 47,5%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3 menunjukkan mengenai data pekerjaan yang sedang dilalui oleh responden yang akan dijadikan data untuk penelitian.

Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Pelajar	76	38,00 %
Mahasiswa	115	57,50 %
Karyawan/Pegawai	9	4,50 %
Jumlah	200	100 %

Sumber: Olah data, 2024

Dari hasil tabel 4.3 bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan seorang mahasiswa yang berjumlah 115 responden atau sebesar 57,5%. Di urutan kedua yaitu pelajar yang berjumlah 76 responden atau sebesar 38%. Lalu di urutan terakhir, Karyawan/Pegawai hanya berjumlah 9 responden atau hanya sebesar 4,5%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mendengarkan Spotify

Tabel 4.4 menunjukkan data mengenai frekuensi dalam mendengarkan musik atau *podcast* dengan aplikasi Spotify.

Tabel 4. 4 Frekuensi Mendengarkan Spotify Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Jarang	29	14,50 %
Kadang – Kadang	54	27,00 %
Sering	117	58,50 %
Jumlah	200	100 %

Sumber: Olah data, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini yang jarang mendengarkan melalui Spotify berjumlah 29 responden atau sebesar 14,5%. Responden yang mendengarkan Spotify secara kadang-kadang berjumlah 54 responden atau sebesar 27%. Lalu, sebagian besar dalam penelitian ini sering mendengarkan Spotify yang berjumlah 117 responden atau sebesar 58,5%.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel

Berdasarkan hasil yang sudah didapatkan melalui jawaban survei responden. Langkah selanjutnya penilaian dapat diolah secara kuantitatif

menggunakan skala interval yang rata-rata skor diintegrasikan menurut kategori penilaiannya. Dalam penelitian Nurul Ubay (2023) menerangkan bahwa rumus kelas pada interval yaitu rentang data dibagi jumlah kelas. Rentang data merupakan selisih antara nilai maksimal dan nilai minimal.

Data dalam penelitian ini memiliki nilai maksimal 5 dan nilai minimal 1 sehingga rentang data adalah 4. Dari hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa lebar kelas interval sebesar 0,8. Setelah selesai dianalisis, hasil kriteria penilaian setiap variabel terdapat pada tabel 4.5 berikut.

Tabel 4. 5 Kriteria Penilaian Responden

Interval	Keterangan
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju
1,80 – 2,59	Tidak Setuju
2,60 – 3,39	Netral
3,40 – 4,19	Setuju
4,20 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Olah data, 2024

Langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah menilai setiap variabel dengan kriteria yang telah ditetapkan. Analisis deskriptif memberikan pandangan mengenai jumlah sampel yang digunakan untuk menghitung rata-rata setiap variabel yang diteliti. Hasil penilaian dari responden yang telah diperoleh dapat diuraikan berdasarkan distribusi penilaian terhadap setiap variabel, yaitu keterlibatan hedonis,

keterlibatan utilitarian, sikap aplikasi dan penggunaan aplikasi berkelanjutan.

Kriteria penilaian tersebut telah diuraikan dalam tabel 4.6 berikut:

Tabel 4. 6 Kriteria Penilaian Variabel

Variabel/Indikator	Rata - Rata	Keterangan
Keterlibatan Hedonis	3,98	Setuju
Saya senang memilih Spotify karena memiliki musik dan <i>podcast</i> yang terbaru.	4,16	Setuju
Saya senang memilih Spotify karena memiliki tren tangga lagu dan <i>podcast</i> yang sedang <i>hits</i> .	4,16	Setuju
Saya memilih Spotify karena menjadi aplikasi <i>streaming</i> terlaris.	3,86	Setuju
Aplikasi Spotify cocok untuk menghilangkan kejenuhan.	4,08	Setuju
Aplikasi Spotify dapat terkoneksi dan berteman antar pengguna.	3,86	Setuju
Aplikasi Spotify dapat memantau lagu atau <i>podcast</i> teman yang sedang didengarkan.	3,79	Setuju
Keterlibatan Utilitarian	4,06	Setuju
Aplikasi Spotify selalu mempertimbangkan kualitas layanan yang lebih unggul daripada aplikasi <i>streaming</i> lain.	3,91	Setuju

Variabel/Indikator	Rata - Rata	Keterangan
Aplikasi Spotify selalu menjaga kualitas musik dan <i>podcast</i> .	4,04	Setuju
Aplikasi Spotify memiliki tampilan yang nyaman bagi pengguna.	4,16	Setuju
Aplikasi Spotify memiliki pilihan layanan gratis dan berbayar sesuai keadaan pengguna.	4,05	Setuju
Aplikasi Spotify memiliki pilihan fitur berbayar sesuai pilihan pengguna.	4,14	Setuju
Aplikasi Spotify memiliki fitur berbayar yang sesuai dengan kualitasnya.	4,09	Setuju
Sikap Aplikasi	4,15	Setuju
Saya yakin aplikasi Spotify memberikan kenyamanan pendengar dalam memberikan rekomendasi lagu atau <i>podcast</i> sesuai minat pendengar.	4,29	Sangat Setuju
Saya yakin aplikasi Spotify dapat bermanfaat dalam memuaskan <i>mood</i> dan suasana pendengar.	4,21	Sangat Setuju
Saya yakin aplikasi Spotify memberikan kemudahan digital dalam berkarya.	3,95	Setuju

Variabel/Indikator	Rata - Rata	Keterangan
Saya yakin fitur Spotify premium dapat memberikan layanan yang lebih baik daripada Spotify gratis.	4,16	Setuju
Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	3,82	Setuju
Saya akan terus menggunakan aplikasi Spotify di masa mendatang.	3,97	Setuju
Saya akan secara teratur menggunakan aplikasi Spotify di masa mendatang.	3,77	Setuju
Saya terus menggunakan aplikasi Spotify daripada menggunakan aplikasi musik <i>streaming</i> yang lain.	3,76	Setuju
Saya tidak akan menghentikan penggunaan terhadap aplikasi Spotify.	3,78	Setuju

Sumber: Olah data, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa hasil rata-rata penilaian responden terhadap variabel keterlibatan hedonis sebesar 4,04 dengan keterangan tinggi. Lalu, rata-rata penilaian responden terhadap variabel keterlibatan utilitarian sebesar 4,07 dengan keterangan tinggi. Selanjutnya, rata-rata penilaian responden terhadap variabel sikap aplikasi sebesar 4,17 dengan keterangan tinggi. Setelah itu, variabel terakhir penggunaan aplikasi berkelanjutan memiliki rata-rata penilaian responden sebesar 3,79 dengan keterangan tinggi.

4.3 Analisis SEM-PLS

4.3.1 Evaluasi Outer Model

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen merupakan rangkaian indikator yang mewakili satu variabel laten dan menjadi dasar laten tersebut. Perwakilan tersebut dapat didapatkan menggunakan nilai rata-rata varian yang telah diekstraksi (*Average Variance Extracted / AVE*). Minimal nilai dari AVE sebesar 0,5. Nilai tersebut dapat menggambarkan validitas konvergen yang memadai. Nilai tersebut memiliki arti bahwa lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya mampu dijelaskan oleh satu variabel laten (Ghozali, 2018). Dikutip dari artikel Binus University (2021a) pengujian *convergent validity* biasanya batas *loading factor* sebesar 0,70. Ketika nilai *outer loadings* > 0,70 maka dapat dinyatakan memenuhi *convergent validity* serta memiliki validitas yang tinggi, sedangkan nilai AVE > 0,50.

Berikut uraian nilai *loading factor* dari masing-masing variabel:

Tabel 4. 7 Hasil Analisis Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Nilai <i>Loading Factor</i>	<i>Cut of Value</i>	Keterangan
Keterlibatan Hedonis	KH1	0.873	> 0.50	Valid
	KH2	0.852	> 0.50	Valid
	KH3	0.829	> 0.50	Valid
	KH4	0.835	> 0.50	Valid
	KH5	0.751	> 0.50	Valid
	KH6	0.762	> 0.50	Valid
Keterlibatan Utilitarian	KU1	0.821	> 0.50	Valid
	KU2	0.844	> 0.50	Valid
	KU3	0.838	> 0.50	Valid
	KU4	0.810	> 0.50	Valid
	KU5	0.854	> 0.50	Valid
	KU6	0.857	> 0.50	Valid

Variabel	Indikator	Nilai <i>Loading Factor</i>	<i>Cut of Value</i>	Keterangan
Sikap Aplikasi	SA1	0.844	> 0.50	Valid
	SA2	0.870	> 0.50	Valid
	SA3	0.802	> 0.50	Valid
	SA4	0.842	> 0.50	Valid
Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	AB1	0.807	> 0.50	Valid
	AB2	0.824	> 0.50	Valid
	AB3	0.831	> 0.50	Valid
	AB4	0.859	> 0.50	Valid

Sumber: Olah data, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 menjelaskan bahwa suatu indikator dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik jika nilai *outer loading* untuk masing-masing indikator > 0,70. Berdasarkan nilai *loading factor* untuk masing-masing indikator pada variabel Keterlibatan Hedonis, Keterlibatan Utilitarian, Sikap Aplikasi, dan Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan dimana masing-masing nilai *loading factor* > 0,70 maka indikator variabel pada penelitian ini dapat dinyatakan valid.

2. Validitas Diskriminan

Discriminant validity dapat dinilai menggunakan *cross loading* dan *fornell-larcker criterion*. *Discriminant validity* dalam *fornell-larcker criterion* dapat dinyatakan baik jika akar dari AVE konstruk lebih tinggi dibandingkan korelasi konstruk dengan variabel laten lainnya. Pada pengujian *cross loading*, nilai indikator harus bernilai lebih tinggi dari setiap konstruk dibandingkan pada indikator konstruk lain. (Binus University, 2021)

Tabel 4. 8 Hasil Analisis AVE

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Keterlibatan Hedonis	0.670
Keterlibatan Utilitarian	0.701

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Sikap Aplikasi	0.690
Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	0.705

Sumber: Olah data, 2024

Berdasarkan tabel 4.8 kriteria uji validitas yang dilihat melalui *Average Variance Extrated (AVE)*, kriteria suatu variabel dikatakan valid apabila nilai AVE nya $> 0,5$. Dari hasil uji validitas menggunakan AVE pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai AVE seluruh variabel $> 0,05$, sehingga seluruh variabel dapat dinyatakan valid. Suatu variabel dapat dinyatakan valid apabila memenuhi kriteria uji validitas diskriminan, yaitu nilai *cross-loading* variabel $>$ nilai korelasi item pernyataan ke variabel lainnya. Dapat diketahui bahwa nilai *cross-loading* masing-masing item pertanyaan lebih besar di banding nilai korelasi item pernyataan pada variabel lainnya, sehingga berdasarkan uji validitas diskriminan, item pernyataan seluruh variabel dinyatakan valid.

3. Reliabilitas

Dalam koefisien reliabilitas terdapat *cronbach's alpha* yang bertujuan untuk mengukur konsistensi dan keseragaman pada indikator-indikator dalam variabel laten atau konstruk. *Cronbach's alpha* mengukur seberapa dapat dipercaya indikator-indikator tersebut untuk mengukur perwakilan konstruk. Ukuran dari *cronbach's alpha* antara 0 sampai 1. Ketika semakin tinggi nilai *Alpha* maka semakin tinggi juga reliabilitasnya. Jika nilai *Alpha* mendekati 1 maka indikator dalam konstruk sangat konsisten dan dapat dipercaya, sebaliknya jika nilai *Alpha* mendekati 0 maka tingkat reliabilitasnya rendah.

Tabel 4. 9 Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Keterlibatan Hedonis	0.901	0.924
Keterlibatan Utilitarian	0.915	0.934
Sikap Aplikasi	0.850	0.899
Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	0.861	0.905

Sumber: Olah data, 2024

Dari tabel 4.9 menyatakan bahwa suatu variabel dapat dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* $\geq 0,7$. Berdasarkan hasil pada tabel 4.9 di atas, nilai *cronbach's alpha* seluruh variabel yakni Keterlibatan Hedonis, Keterlibatan Utilitarian, Sikap Aplikasi, dan Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan $>$ dibanding 0,7. Sementara itu, uji *composite reliability* seluruh variabel juga menunjukkan nilai $> 0,7$. Lalu, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan *construct reliability* nya, seluruh variabel dinyatakan reliabel.

4.3.2 Evaluasi *Inner Model*

1. *Path Coefficient* / Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan melihat nilai perhitungan *Path Coefficient* pada pengujian *inner model*. Hipotesis dikatakan diterima apabila nilai *P-values* $< 0,05$ (α 5%) yang berarti apabila nilai *P-values* setiap hipotesis lebih besar dari 0,05 maka dapat dinyatakan diterima atau terbukti.

Tabel 4. 10 Hasil Path Coefficient

Variabel	<i>Original Sample</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>	Kesimpulan Hipotesis
Keterlibatan Hedonis -> Sikap Aplikasi	0.452	6.313	0.000	H1 Diterima
Keterlibatan Hedonis -> Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	0.401	4.515	0.000	H2 Diterima
Keterlibatan Utilitarian -> Sikap Aplikasi	0.333	4.393	0.000	H3 Diterima
Keterlibatan Utilitarian -> Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	0.173	2.126	0.034	H4 Diterima
Sikap Aplikasi -> Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	0.159	2.117	0.034	H5 Diterima

Sumber: Olah data, 2024

Berdasarkan hasil pada tabel 4.10 maka dapat dinyatakan bahwa sebagai berikut:

- a. Nilai *P-values* variabel Keterlibatan Hedonis terhadap variabel Sikap Aplikasi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, sedangkan H_0 ditolak, sehingga variabel Keterlibatan Hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap Sikap Aplikasi.
- b. Nilai *P-values* variabel Keterlibatan Hedonis terhadap variabel Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, sedangkan H_0 ditolak, sehingga variabel Keterlibatan Hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan.
- c. Nilai *P-values* variabel Keterlibatan Utilitarian terhadap variabel Sikap Aplikasi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

Ha diterima, sedangkan H0 ditolak, sehingga variabel Keterlibatan Utilitarian berpengaruh secara signifikan terhadap Sikap Aplikasi.

- d. Nilai *P-values* variabel Keterlibatan Utilitarian terhadap variabel Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan sebesar $0,034 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Ha diterima, sedangkan H0 ditolak, sehingga variabel Keterlibatan Utilitarian berpengaruh secara signifikan terhadap Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan.
- e. Nilai *P-values* variabel Sikap Aplikasi terhadap variabel Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan sebesar $0,034 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Ha diterima, sedangkan H0 ditolak, sehingga variabel Keterlibatan Utilitarian berpengaruh secara signifikan terhadap Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan.

2. *R-Square*

Tabel 4. 11 Hasil R-Square dan R-Square Adjusted

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Sikap Aplikasi	0.508	0.503
Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	0.424	0.415

Sumber: Olah data, 2024

Hasil pengujian pada tabel 4.1 menunjukkan nilai *R-Square* sebagai indikator variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel independen terhadap *intervening*. *R-Square* untuk variabel Sikap Aplikasi adalah 0,508. Artinya sebanyak 50,8% dari variasi perubahan Sikap Aplikasi dijelaskan oleh variabel Keterlibatan Hedonis dan Keterlibatan Utilitarian sementara 49,2% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Selain itu,

variabel Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan memiliki *R-Square* sebesar 0.503, artinya variabel Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan dapat dijelaskan oleh variabel Keterlibatan Hedonis, Keterlibatan Utilitarian, dan Sikap Aplikasi sebesar 50,3% sisanya 49,7% dapat dijelaskan oleh variabel diluar model.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Keterlibatan hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap sikap aplikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah, variabel keterlibatan hedonis berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap aplikasi. Hal ini menjadikan penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh van Berlo et al. (2023) bahwa pengalaman hedonis memiliki efek langsung yang positif terhadap sikap memilih aplikasi. Pernyataan penelitian mengenai nilai hedonis yang berpengaruh positif juga sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Al Hafiyya (2023) yang menyatakan bahwa keterlibatan nilai hedonis berpengaruh positif terhadap sikap konsumen. Nilai hedonis merupakan sikap pembelian atau pemilihan yang dipengaruhi oleh kondisi emosi pengguna atau konsumen untuk menikmati kesenangan karena ada rasa nyaman dan tentram.

4.4.2 Keterlibatan hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan arah positif serta signifikan dari keterlibatan hedonis terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan. Penelitian

lain juga menyimpulkan hal yang sama seperti studi yang dilakukan oleh Agra Priambada (2023) yang membuktikan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan yang ditandai mengenai semakin tinggi motivasi hedonis maka akan meningkatkan niat berkelanjutan. Selain itu, Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hadi Hari (2020) menjelaskan bahwa kesadaran berbelanja hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berbelanja ulang atau berkelanjutan di sektor ritel *multi-channel*. Hal itu menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran berbelanja hedonis maka akan semakin tinggi juga niat berbelanja ulang pada ritel *multi-channel*. Efek dari sifat hedonis bisa berpengaruh kepada pembelian ulang dan penggunaan aplikasi secara berkelanjutan karena sifat hedonis memberikan stimulus untuk memberikan sebuah kebanggaan terhadap produk yang sedang dipakai.

4.4.3 Keterlibatan utilitarian berpengaruh secara signifikan terhadap sikap aplikasi

Hasil pengolahan penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan utilitarian berpengaruh signifikan dan positif yang sama juga dengan penelitian van Berlo et al. (2023) bahwa pengalaman utilitarian memiliki efek langsung yang positif terhadap sikap memilih aplikasi. Dari hasil studi yang dilakukan oleh Al Hafiyya (2023) juga menyatakan bahwa keterlibatan nilai utilitarian berpengaruh positif terhadap sikap konsumen. Faktor pengaruhnya karena aplikasi Spotify memiliki fitur-fitur yang lengkap serta bisa memberikan rangkuman musik serta *podcast* bagi pengguna. Utilitarian berfokus terhadap fungsi serta manfaat yang diberikan produk terhadap konsumen atau pengguna. Selain itu, faktor-faktor lain juga bisa

berpengaruh terhadap pemilihan produk dengan mempertimbangkan hal-hal lainnya.

4.4.4 Keterlibatan utilitarian berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan

Dari hasil hipotesis penelitian ini dapat diperoleh bahwa keterlibatan utilitarian berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dwi Kurniawan (2020) yang menyatakan bahwa keterlibatan utilitarian atau persepsi kegunaan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan penggunaan aplikasi pesan antar makanan. Ini membuktikan ketika terdapat produk yang bermanfaat bagi pengguna, pengguna bisa memakainya secara terus menerus. Penelitian lain yang telah dilaksanakan oleh Aliy Rachmani (2020) menyatakan bahwa berdasarkan analisis deskriptif yang dilakukan menunjukkan sikap positif terhadap minat penggunaan berkelanjutan seperti menggunakan platform media sosial Instagram yang dimanfaatkan sebagai alat untuk bekerja bahkan memanfaatkan fungsi yang lainnya. Era media sosial yang telah berkembang secara masif menjadikan peluang aplikasi media sosial untuk menjadi raja di media sosial. Aplikasi-aplikasi ini dipilih karena mempunyai nilai manfaat yang menyebabkan aplikasi harus berlomba untuk terus digunakan secara berkelanjutan oleh penggunanya.

4.4.5 Sikap aplikasi berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan

Hasil analisis hipotesis mengenai sikap aplikasi yang berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan berbanding lurus dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dwi Kurniawan (2020) mengenai keterlibatan aplikasi atau kepuasan terhadap aplikasi berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan. Ketika pengguna puas terhadap aplikasi maka dampak positif yang akan diberikan adalah menggunakan aplikasi dalam jangka panjang atau berkelanjutan. Menurut hasil studi yang dilakukan oleh Randilla A P (2021) menegaskan bahwa kepuasan pengguna aplikasi berpengaruh terhadap niat penggunaan aplikasi secara berkelanjutan. Ketika aplikasi memberikan manfaat maka pengguna sudah mempunyai niat untuk melanjutkan penggunaan terhadap aplikasi. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh van Berlo et al. (2023) bahwa keterlibatan aplikasi berpengaruh terhadap aplikasi yang digunakan secara berkelanjutan. Pengaruh tersebut dipengaruhi oleh keterlibatan hedonis dan keterlibatan simbolik. Selain faktor hedonis atau emosi, faktor simbolik juga bisa menjadi pengaruh untuk menggunakan aplikasi secara berkelanjutan atau berturut-turut karena adanya simbol terhadap pengguna ataupun produknya.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Keterlibatan hedonis berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap aplikasi pada aplikasi Spotify. Dari hasil ini menunjukkan bahwa apabila sifat emosional hedonis meningkat dan tinggi maka sikap pemilihan ke aplikasi juga meningkat tinggi.
2. Keterlibatan hedonis berpengaruh signifikan dan positif terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan pada aplikasi Spotify. Dari hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh hedonis yang telah merasakan nilai positif dari aplikasi akan bisa bertahan lebih lama terhadap produk.
3. Keterlibatan utilitarian berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap aplikasi pada aplikasi Spotify. Dari hasil ini menunjukkan bahwa ketika nilai utilitarian yang mengedepankan manfaat maka pengguna dapat dengan nyaman memilih aplikasi Spotify.
4. Keterlibatan utilitarian berpengaruh signifikan dan positif terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan pada aplikasi Spotify. Dari hasil ini menunjukkan bahwa ketika aspek pertimbangan akan nilai lebih pada produk maka pengguna bisa bertahan lama dan menggunakan aplikasi secara berkelanjutan.

5. Sikap aplikasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap penggunaan aplikasi berkelanjutan pada aplikasi Spotify. Ketika pengguna puas terhadap aplikasi yang digunakan maka dampak positif yang akan diberikan adalah menggunakan aplikasi dalam jangka panjang atau berkelanjutan

5.2 Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial pada penelitian ini mengenai aplikasi Spotify. Untuk meningkatkan pengguna dalam memilih aplikasi Spotify dan mempertahankan pengguna untuk menggunakan aplikasi Spotify secara berkelanjutan, maka berikut ini beberapa strategi yang dapat dipertimbangkan:

1. Kualitas layanan dan produk. Memastikan kualitas layanan berupa fitur-fitur yang menarik dan bermanfaat untuk memberikan kepuasan bagi pengguna.
2. Program loyalitas. Jika Spotify dapat meningkatkan kualitasnya berupa produk layanan maka pelanggan dapat mempertahankan pengguna yang loyal. Program loyalitas seperti memberikan promo atau diskon kepada pengguna lama untuk meningkatkan atau memperpanjang Spotify premium.
3. Promosi dan harga. Spotify dapat mengadakan promosi yang menarik dan menjauhi promosi yang mengganggu agar dapat menarik perhatian serta menawarkan harga layanan premium yang terjangkau agar pengguna non premium dapat membelinya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih terdapat berbagai keterbatasan. Keterbatasan tersebut sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner yang memiliki kelemahan berupa jawaban kuesioner yang tidak dapat dikontrol dan dijawab oleh responden secara kurang serius.
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel keterlibatan hedonis dan keterlibatan utilitarian sebagai prediktor dari sikap aplikasi dan aplikasi berkelanjutan. Keterlibatan simbolik bisa menjadi variabel tambahan dalam penelitian lainnya.

5.4 Penelitian Kedepan

Berdasarkan studi yang telah dilaksanakan, peneliti memiliki saran untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Dikarenakan hanya menggunakan variabel hedonis dan utilitarian maka diharapkan dapat menambahkan variabel lain agar penelitian semakin komprehensif atau menyeluruh dalam memantau perilaku konsumen terutama pada pengguna aplikasi.
2. Penelitian selanjutnya dapat memakai metode pengumpulan responden dengan wawancara agar hasil yang diberikan lebih baik lagi karena sifat hedonis dan utilitarian bisa diidentifikasi lebih dalam melalui wawancara.

DAFTAR PUSTAKA

- Agra Priambada, M., 2023. Pengaruh Faktor Kepuasan Elektronik Terhadap Niat Berkelanjutan Menggunakan Kembali Mobile Food Ordering Apps (MFOA) (Skripsi Program Studi Manajemen). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Al Hafiyya, N., 2023. Pengaruh Hedonic Value Dan Utilitarian Value Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Coffee Shop Purwokerto). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Aliy Rachmani, R., 2020. Pengaruh Aktivitas Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan, Minat Partisipasi, dan Minat Pembelian Produk (Skripsi Program Studi Manajemen). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Alruwaie, M., El-Haddadeh, R., Weerakkody, V., 2020. Citizens' continuous use of eGovernment services: The role of self-efficacy, outcome expectations and satisfaction. *Gov Inf Q* 37, 101485. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101485>
- Amalia Putri, H.S., 2020. PENGARUH UTILITARIAN VALUE, HEDONIC VALUE, DAN SYMBOLIC VALUE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MINIMARKET DI KOTA SURAKARTA (Skripsi Program Studi Ekonomi Manajemen). Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Asning Kosyu, Dayang., Hidayat, Kadarisman., Abdillah, Yusri., 2014. Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol.
- Binus University, 2021a. MEMAHAMI VALIDITAS KONVERGEN (CONVERGENT VALIDITY) DALAM PENELITIAN ILMIAH [WWW Document]. accounting.binus.ac.id. URL <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-validitas-konvergen-convergent-validity-dalam-penelitian-ilmiah/> (accessed 6.2.24).
- Binus University, 2021b. MEMAHAMI VALIDITAS DISKRIMINAN (DISCRIMINANT VALIDITY) DALAM PENELITIAN ILMIAH [WWW Document]. accounting.binus.ac.id. URL <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-validitas-diskriminan-discriminant-validity-dalam-penelitian-ilmiah/> (accessed 6.2.24).
- Dimastita B, S., Dharmayanti, D., 2014. ANALISA PENGARUH HEDONIC DAN UTILITARIAN VALUE TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA

INDUSTRI PUSAT KEBUGARAN KELAS MENENGAH ATAS DI
SIDOARJO, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.

- Dwi Kurniawan, E., 2020. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Seluler Pesan Antar Makanan Secara Berkelanjutan di Masa Pandemi Covid-19: Studi Empiris pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta (Skripsi Program Studi Akuntansi). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Ghozali, I., 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., 2017. Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gültekin, B., Özer, L., 2012. The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying, Journal of Economics and Behavioral Studies.
- Hadi Hari, A., 2020. PENGARUH KESADARAN BERBELANJA HEDONIS, KESADARAN NILAI UANG DAN KESADARAN MODE BARU TERHADAP NIAT BERBELANJA ULANG RITEL MULTI-CHANNEL DENGAN KETERLIBATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Disertasi Program Doktor Ilmu Ekonomi). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Kaczmarek, L.D., 2017. Hedonic Motivation, in: Encyclopedia of Personality and Individual Differences. Springer International Publishing, Cham, pp. 1–3. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_524-1
- Kamsidah, 2023. PERBEDAAN MILENIAL DAN GENERASI Z DI DUNIA KERJA [WWW Document]. [djkn.kemenkeu.go.id](https://www.djkn.kemenkeu.go.id). URL <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/16594/PERBEDAAN-MILENIAL-DAN-GENERASI-Z-DI-DUNIA-KERJA.html> (accessed 12.28.23).
- Kim, H.-S., 2006. Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivations to Profile Inner City Consumers.
- Kotler, Philip, Gary Amstrong, 2016. Prinsip - Prinsip Pemasaran. Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan, R., Susanti, F., Tinggi, S., Eknomi, I., Kbp, ", 2018. PENGARUH LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU MEREK FLADEO DI BASKO GRAND MALL PADANG.
- Lee, Y., Kwon, O., 2011. Intimacy, familiarity and continuance intention: An extended expectation–confirmation model in web-based services. Electron Commer Res Appl 10, 342–357. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2010.11.005>

- Nur Rakhmah, D., 2021. Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita? pskp.kemdikbud.go.id.
- Nurul Ubay, N., 2023. Pengaruh Pemasaran Digital, Citra Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian dalam Memilih Coffee Shop Di Kota Yogyakarta (Skripsi Program Studi Manajemen). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Pranatika, D., 2022. Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Pembelian Ulang Online (Skripsi Program Studi Manajemen). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Rahmadilah, F., Sari, D., 2021. PENGARUH HEDONIC DAN UTILITARIAN MOTIVATION TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBENTUK CONTINUANCE INTENTION NETFIX THE EFFECT OF HEDONIC AND UTILITATIAN MOTIVATION ON CUSTOMER SATISFACTION TO MAKING CONTINUANCE INTENTION NETFLIX.
- Randilla A P, Panji., 2021. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Penggunaan Berkelanjutan Aplikasi Jogja Smart Service (JSS) (Tesis Program Studi Magister Akuntansi). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Rizqi Ernanda, D., 2023. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Spotify Premium (Skripsi Program Studi Manajemen). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Seto Saputro, J., 2023. Mengapa Terjebak Gaya Hidup Hedonisme [WWW Document]. [djkn.kemenkeu.go.id](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-rsk/baca-artikel/16189/Mengapa-Terjebak-Gaya-Hidup-Hedonisme.html). URL <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-rsk/baca-artikel/16189/Mengapa-Terjebak-Gaya-Hidup-Hedonisme.html> (accessed 12.28.23).
- Sugiyono, 2014. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), Cetakan Ke-18. ed. Alfabeta, Bandung.
- Syofian, S., Setiyaningsih, T., Syamsiah, N., 2015. OTOMATISASI METODE PENELITIAN SKALA LIKERT BERBASIS WEB.
- van Berlo, Z.M.C., van Reijmersdal, E.A., van Noort, G., 2023. Experiencing Branded Apps: Direct and Indirect Effects of Engagement Experiences on Continued Branded App Use. *Journal of Interactive Advertising* 23, 73–83. <https://doi.org/10.1080/15252019.2022.2163859>
- Zikmund, W.G., Babin, B.J., 2007. *Exploring Marketing Research*, 9th ed. Thomson/South-Western.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kuesioner Tugas Akhir

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Muhammad Firdaus, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir mengenai **"Pengaruh Keterlibatan Perilaku Hedonis dan Utilitarian Pada Generasi Z Terhadap Penggunaan Aplikasi Spotify yang Berkelanjutan"**

Untuk itu, saya memerlukan responden untuk mengisi kuesioner ini dengan kriteria:

- Pengguna aplikasi Spotify
- Termasuk Generasi Z

Apabila Anda memenuhi kriteria tersebut, dimohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner.

Saya mengucapkan terima kasih atas partisipasi Anda pada penelitian ini. Apabila terdapat pertanyaan ataupun kendala mengenai kuesioner ini, mohon untuk dapat menghubungi saya, Muhammad Firdaus melalui surel berikut. Email: 20311051@students.uui.ac.id Senang bisa membantu Anda.

Terima Kasih atas perhatiannya,

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Bagian 1. Profil Responden

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1.	Nama	Nama Responden
2.	Jenis Kelamin	☐ Laki – Laki ☐ Perempuan
3.	Usia	☐ 12 – 16 ☐ 17 – 21 ☐ 22 – 27
4.	Pekerjaan	☐ Pelajar ☐ Mahasiswa ☐ Karyawan/Pegawai
5.	Frekuensi Mendengarkan di Spotify	☐ Sering ☐ Kadang – Kadang ☐ Jarang

Bagian 2. Petunjuk Pilihan Pengisian

Responden dapat menentukan jawaban yang diinginkan pada pilihan angka yang tersedia. Responden hanya akan bisa memilih satu dari angka-angka pilihan yang disediakan. Angka tersebut dapat dimaksudkan seperti berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Keterlibatan Hedonis	1	2	3	4	5
Saya senang memilih Spotify karena memiliki musik dan <i>podcast</i> yang terbaru.					
Saya senang memilih Spotify karena memiliki tren tangga lagu dan <i>podcast</i> yang sedang <i>hits</i> .					
Saya memilih Spotify karena menjadi aplikasi <i>streaming</i> terlaris.					
Aplikasi Spotify cocok untuk menghilangkan kejenuhan.					
Aplikasi Spotify dapat terkoneksi dan berteman antar pengguna.					
Aplikasi Spotify dapat memantau lagu atau <i>podcast</i> teman yang sedang didengarkan.					
Keterlibatan Utilitarian	1	2	3	4	5
Aplikasi Spotify selalu mempertimbangkan kualitas layanan yang lebih unggul daripada aplikasi <i>streaming</i> lain.					
Aplikasi Spotify selalu menjaga kualitas musik dan <i>podcast</i> .					
Aplikasi Spotify memiliki tampilan yang nyaman bagi pengguna.					
Aplikasi Spotify memiliki pilihan layanan gratis dan berbayar sesuai keadaan pengguna.					
Aplikasi Spotify memiliki pilihan fitur berbayar sesuai pilihan pengguna.					
Aplikasi Spotify memiliki fitur berbayar yang sesuai dengan kualitasnya.					
Sikap Aplikasi	1	2	3	4	5

Saya yakin aplikasi Spotify memberikan kenyamanan pendengar dalam memberikan rekomendasi lagu atau <i>podcast</i> sesuai minat pendengar.					
Saya yakin aplikasi Spotify dapat bermanfaat dalam memuaskan <i>mood</i> dan suasana pendengar.					
Saya yakin aplikasi Spotify memberikan kemudahan digital dalam berkarya.					
Saya yakin fitur Spotify premium dapat memberikan layanan yang lebih baik daripada Spotify gratis.					
Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	1	2	3	4	5
Saya akan terus menggunakan aplikasi Spotify di masa mendatang.					
Saya akan secara teratur menggunakan aplikasi Spotify di masa mendatang.					
Saya terus menggunakan aplikasi Spotify daripada menggunakan aplikasi musik <i>streaming</i> yang lain.					
Saya tidak akan menghentikan penggunaan terhadap aplikasi Spotify.					

Lampiran 2. *Pilot Test* 30 Responden

N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
1	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
2	4	5	5	5	2	2	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	1	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4
5	4	5	3	4	4	4	3	3	5	4	3	3	5	5	4	4	4	3	3	3
6	1	3	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	3
7	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4
9	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5
10	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3
11	4	4	2	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
12	5	5	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5
13	1	2	1	1	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2
14	1	2	2	1	2	2	1	2	1	3	3	1	1	2	1	2	1	2	2	3
15	4	4	5	5	3	5	2	4	3	2	2	3	5	3	3	5	5	5	4	5
16	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	2	5	5	3
17	5	5	3	4	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5
18	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	3	3
19	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	3	5	2
20	5	5	2	4	5	5	3	4	5	4	1	3	4	4	5	5	5	4	3	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	2	3	4	3	3	3	3	5	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3
23	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4

N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
24	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
25	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3
26	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
27	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
28	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
29	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	4	3	5	5	4	3	5	5	5	5
30	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Correlations

		KH1	KH2	KH3	KH4	KH5	KH6	TKH
KH1	Pearson Correlation	1	.813**	.658**	.774**	.588**	.575**	.892**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KH2	Pearson Correlation	.813**	1	.589**	.765**	.569**	.536**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KH3	Pearson Correlation	.658**	.589**	1	.702**	.485**	.530**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.007	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KH4	Pearson Correlation	.774**	.765**	.702**	1	.409*	.494**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.025	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KH5	Pearson Correlation	.588**	.569**	.485**	.409*	1	.807**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.007	.025		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KH6	Pearson Correlation	.575**	.536**	.530**	.494**	.807**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.003	.006	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30

TKH	Pearson Correlation	.892**	.853**	.813**	.846**	.765**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.904	6

Correlations

		KU1	KU2	KU3	KU4	KU5	KU6	TKU
KU1	Pearson Correlation	1	.762**	.796**	.620**	.744**	.748**	.900**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KU2	Pearson Correlation	.762**	1	.755**	.587**	.632**	.723**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KU3	Pearson Correlation	.796**	.755**	1	.601**	.590**	.772**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KU4	Pearson Correlation	.620**	.587**	.601**	1	.670**	.691**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KU5	Pearson Correlation	.744**	.632**	.590**	.670**	1	.786**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KU6	Pearson Correlation	.748**	.723**	.772**	.691**	.786**	1	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TKU	Pearson Correlation	.900**	.849**	.868**	.801**	.860**	.912**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.931	6

Correlations

		SA1	SA2	SA3	SA4	TSA
SA1	Pearson Correlation	1	.722**	.797**	.753**	.918**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
SA2	Pearson Correlation	.722**	1	.810**	.576**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
SA3	Pearson Correlation	.797**	.810**	1	.734**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
SA4	Pearson Correlation	.753**	.576**	.734**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
TSA	Pearson Correlation	.918**	.867**	.935**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.917	4

Correlations

		AB1	AB2	AB3	AB4	TAB
AB1	Pearson Correlation	1	.513**	.628**	.566**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
AB2	Pearson Correlation	.513**	1	.571**	.715**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.004		.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30

AB3	Pearson Correlation	.628**	.571**	1	.494**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.006	.000
	N	30	30	30	30	30
AB4	Pearson Correlation	.566**	.715**	.494**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.006		.000
	N	30	30	30	30	30
TAB	Pearson Correlation	.836**	.827**	.834**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.840	4

Lampiran 3. Data Penelitian 200 Responden

N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
1	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
2	4	5	5	5	2	2	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	1	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4
5	4	5	3	4	4	4	3	3	5	4	3	3	5	5	4	4	4	3	3	3
6	1	3	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	3
7	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4
9	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5
10	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3
11	4	4	2	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
12	5	5	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5
13	1	2	1	1	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2
14	1	2	2	1	2	2	1	2	1	3	3	1	1	2	1	2	1	2	2	3
15	4	4	5	5	3	5	2	4	3	2	2	3	5	3	3	5	5	5	4	5
16	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	2	5	5	3
17	5	5	3	4	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5
18	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	3	3
19	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	3	5	2
20	5	5	2	4	5	5	3	4	5	4	1	3	4	4	5	5	5	4	3	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	2	3	4	3	3	3	3	5	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3
23	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4

N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
24	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
25	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3
26	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
27	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
28	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
29	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	4	3	5	5	4	3	5	5	5	5
30	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	5	4	5	5	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
32	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
33	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5
34	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
35	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	5	4	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	3	4	4
37	4	3	2	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3
38	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	5	4	3	4	3
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	2	2	2
41	5	3	3	2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	2	3
42	5	5	4	5	2	4	5	5	5	3	3	4	5	5	5	4	3	3	3	3
43	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
44	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4

N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
45	5	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3
46	4	4	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
47	3	4	3	5	3	2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3
48	5	5	5	5	4	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
49	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	3	5	4	4	3
50	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4
52	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	4	4	3	4
53	4	4	4	3	4	4	2	3	2	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
54	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
56	4	4	3	5	3	3	5	3	4	4	5	5	3	4	4	3	5	5	3	4
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	5	5	5	3	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5
59	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3
60	5	3	3	4	3	3	5	5	4	5	5	4	3	3	4	3	4	4	5	3
61	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
62	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	3	5	4	4
63	5	4	4	5	3	5	5	2	4	4	4	4	3	5	5	3	3	3	4	5
64	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
66	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	2	5	5
67	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	5	4	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
69	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
70	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	5	4	4	4	4
71	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
72	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
73	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
74	4	5	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3
75	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
76	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	2
77	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5
79	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5
82	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	3	3	4	4
83	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5
84	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
85	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
87	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
88	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
89	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5
91	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	4	3
94	5	5	5	5	5	3	3	3	4	5	5	3	3	4	3	3	3	3	4	3
95	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	2	2	2
96	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4
97	3	3	4	4	4	2	3	3	4	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3
98	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	5	4	4	4	4
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3
100	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	1	1	1	1
101	4	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	2	3
102	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
103	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	3	3	5	5	3	5	3	3	3	3
104	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4

N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
1 0 5	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	4	1	5	5	2	5	5	2	5	4
1 0 6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	2	4	1	1	1	1
1 0 7	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
1 0 8	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
1 0 9	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
1 1 0	3	3	2	2	1	1	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	2	2
1 1 1	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
1 1 2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3
1 1 3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1 1 4	5	5	5	5	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4
1 1 5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	2	3
1 1 6	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	2	4	4	3	3	4
1 1 7	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
1 1 8	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4

N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
1 1 9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3
1 2 0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1 2 1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
1 2 2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1 2 3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	3	3	3	4	4	3	5	3	3	4	3
1 2 4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
1 2 5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1 2 6	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3
1 2 7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1 2 8	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3
1 2 9	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1 3 0	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	5	4	5	4	4	3
1 3 1	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
1 3 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
1 3 3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4
1 3 4	4	4	3	5	3	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3
1 3 5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
1 3 6	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
1 3 7	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	4	3
1 3 8	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
1 3 9	4	5	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	4
1 4 0	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	3	5	5	4	5
1 4 1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
1 4 2	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	3	3
1 4 3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3	3	4
1 4 4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4
1 4 5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
1 4 6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4

N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
1 4 7	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	5	5	3	3	3	3
1 4 8	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
1 4 9	3	4	5	5	4	3	3	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4
1 5 0	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	3
1 5 1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4
1 5 2	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5
1 5 3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
1 5 4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
1 5 5	5	4	3	4	5	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3
1 5 6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4
1 5 7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3
1 5 8	3	5	3	5	4	3	4	3	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	3
1 5 9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
1 6 0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3

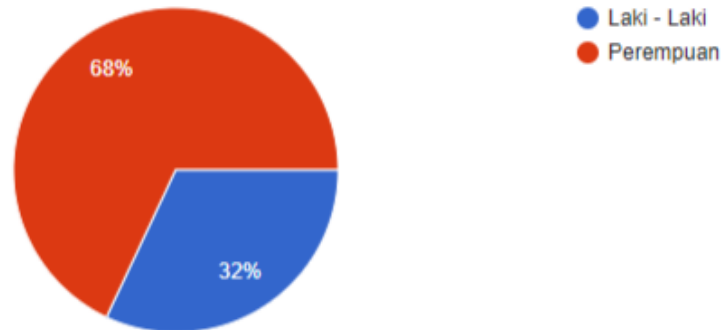
N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
1 6 1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1 6 2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1 6 3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1 6 4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	3
1 6 5	3	2	4	5	5	3	3	3	5	5	5	2	4	4	3	5	4	4	5	3
1 6 6	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	5	3	3
1 6 7	5	4	5	5	5	4	5	5	5	1	3	3	4	4	5	4	4	3	3	4
1 6 8	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	3	3	4	4	3	3
1 6 9	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
1 7 0	4	5	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	5	5	4	5	3	3	4	4
1 7 1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1 7 2	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4
1 7 3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
1 7 4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4

N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
1 7 5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5
1 7 6	3	3	3	3	3	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
1 7 7	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	2	4	5
1 7 8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1 7 9	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3
1 8 0	5	3	3	5	4	4	3	4	5	5	4	3	5	5	5	5	4	3	3	4
1 8 1	5	5	5	5	5	5	3	2	3	3	4	4	5	3	4	4	5	3	2	3
1 8 2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	5	3	3	3	5	5	2	4
1 8 3	4	2	3	2	2	2	2	4	3	2	2	4	3	4	2	2	3	3	5	5
1 8 4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	2	3
1 8 5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	4
1 8 6	3	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3
1 8 7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	3	2	3
1 8 8	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	2	3	2	4	3

N o .	K H 1	K H 2	K H 3	K H 4	K H 5	K H 6	K U 1	K U 2	K U 3	K U 4	K U 5	K U 6	S A 1	S A 2	S A 3	S A 4	A B 1	A B 2	A B 3	A B 4
1 8 9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	3	5	5
1 9 0	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	5	5	2	2
1 9 1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3
1 9 2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4
1 9 3	3	2	2	2	2	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	2	5	4
1 9 4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	5
1 9 5	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	2	5	5	3
1 9 6	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	3	5	4	5
1 9 7	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
1 9 8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5	3	5
1 9 9	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	5	5	3	2	3	2	5	4	2	3
2 0 0	4	4	3	4	2	4	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	5	3	3

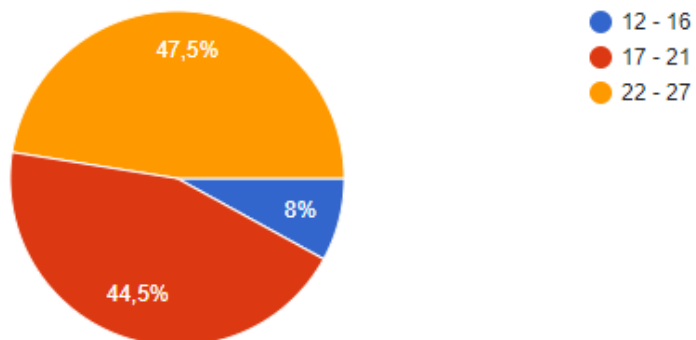
Jenis Kelamin

200 jawaban



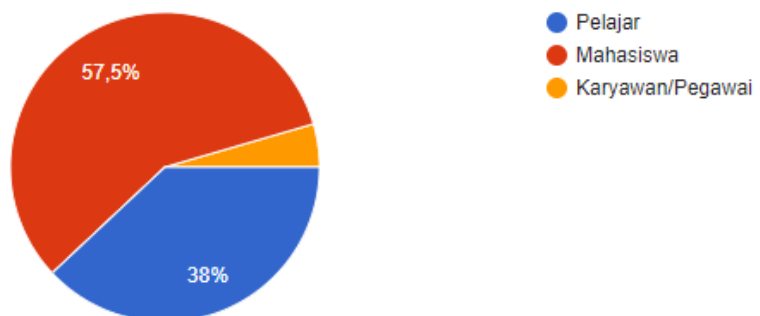
Usia

200 jawaban



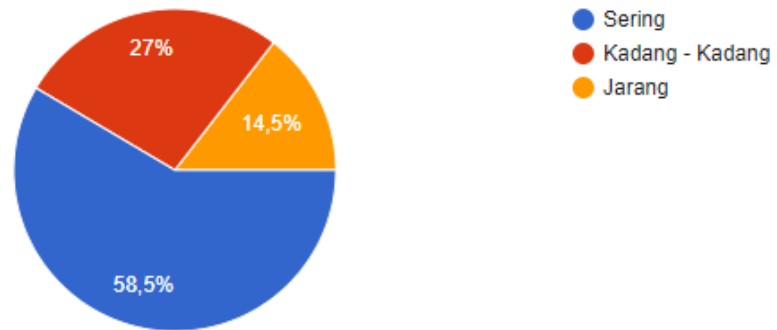
Pekerjaan

200 jawaban



Frekuensi Mendengarkan di Spotify

200 jawaban

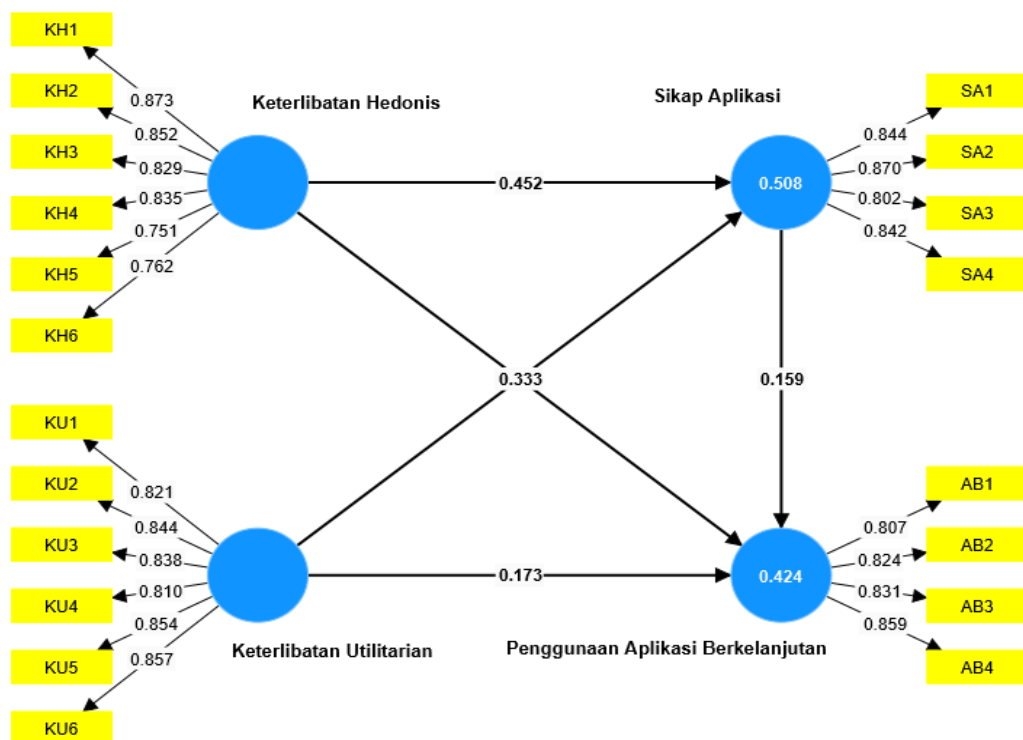


Lampiran 4. SEM-PLS

1. Output PLS Algorithm

Uji Validitas Konvergen

Uji Measurement Model



Matrix Outer Loadings

	Keterlibatan Hedonis	Keterlibatan Utilitarian	Sikap Aplikasi	Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan
KH1	0,873			
KH2	0,852			
KH3	0,829			
KH4	0,835			
KH5	0,751			
KH6	0,762			
KU1		0,821		
KU2		0,844		
KU3		0,838		
KU4		0,810		
KU5		0,854		
KU6		0,857		
SA1			0,844	
SA2			0,870	
SA3			0,802	
SA4			0,842	
AB1				0,807
AB2				0,824
AB3				0,831
AB4				0,859

R-Square

	R-Square	R-Square Adjusted
Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	0,424	0,415
Sikap Aplikasi	0,508	0,503

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	Average Variance Extracted (AVE)
Keterlibatan Hedonis	0,901	0,911	0,924	0,670
Keterlibatan Utilitarian	0,915	0,915	0,934	0,701
Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	0,850	0,852	0,899	0,690
Sikap Aplikasi	0,861	0,863	0,905	0,705

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criterion

	Keterlibatan Hedonis	Keterlibatan Utilitarian	Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	Sikap Aplikasi
Keterlibatan Hedonis	0,818			
Keterlibatan Utilitarian	0,640	0,837		
Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	0,618	0,529	0,831	
Sikap Aplikasi	0,665	0,623	0,534	0,840

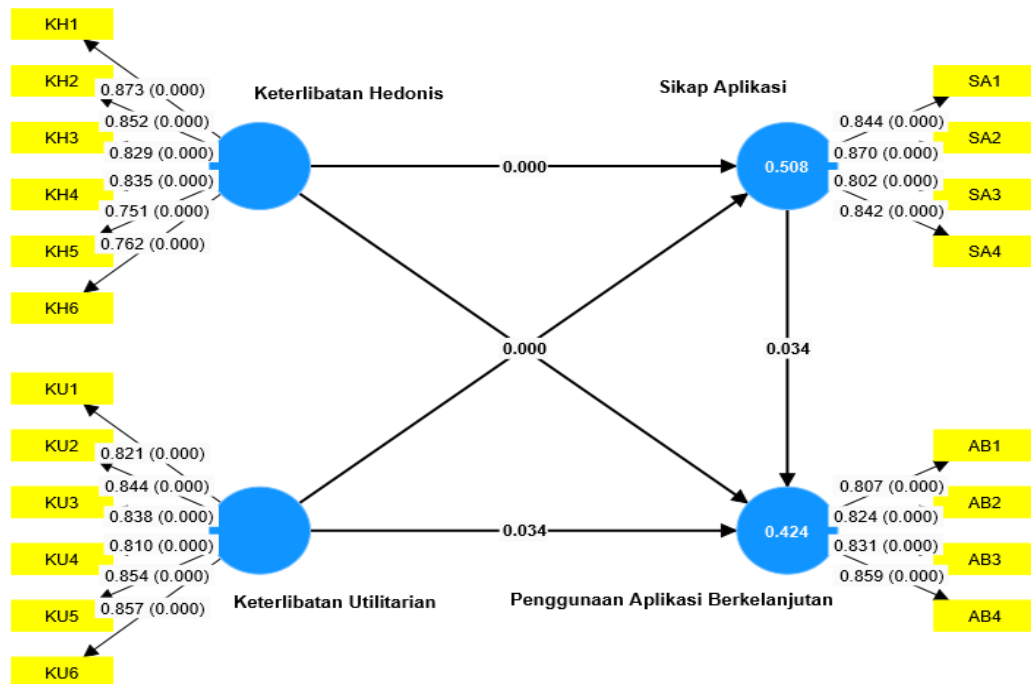
2. Output Bootstrapping

Mean, STDEV, T Values, P Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Keterlibatan Hedonis -> Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	0,401	0,401	0,089	4,515	0,000
Keterlibatan Hedonis -> Sikap Aplikasi	0,452	0,451	0,072	6,313	0,000
Keterlibatan Utilitarian -> Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	0,173	0,173	0,081	2,126	0,034
Keterlibatan Utilitarian -> Sikap Aplikasi	0,333	0,331	0,076	4,393	0,000
Sikap Aplikasi -> Penggunaan Aplikasi Berkelanjutan	0,159	0,160	0,075	2,117	0,034

Inner Model

Model Bootsstrapping



3. Model *Blindfolding*

