

Feby Arlianika, 10223674

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA MASASISWA GUNADARMA KAMPUS KARAWACI

Penulisan Ilmiah, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2025

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan layanan streaming musik di Indonesia, khususnya Spotify, serta meningkatnya minat masyarakat terhadap layanan musik digital mendorong pentingnya penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh parsial dan simultan persepsi harga dan *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan Spotify Premium di kalangan mahasiswa.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna aplikasi Spotify Premium pada mahasiswa gunadarma kampus karawaci, baik laki-laki maupun perempuan. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Pengolahan data dilakukan menggunakan software SPSS dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan tidak bias. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi untuk mengetahui apakah hipotesis yang dikembangkan diterima atau ditolak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga dan *e-service quality* berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan Spotify Premium.

Kata Kunci : *Persepsi Harga, E-Service Quality, Loyalitas Pelanggan*

(xii+53+lampiran)

Daftar Pustaka (2020 – 2024)