

ABSTRAK

Risky Adipratama. 2025. *PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN PREMIUM APLIKASI STREAMING MUSIK SPOTIFY DI KALANGAN MAHASISWA UIN ANTASARI BANJARMASIN*. Skripsi, Program Studi S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing I: Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary, M.A. Pembimbing II: Dra. Hj. Noorwahidah, M.Ag.

Kata Kunci: *Streaming, Premium, Spotify, Aplikasi, Pembelian*

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologi memengaruhi keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin untuk menggunakan aplikasi streaming musik premium Spotify. Latar Belakang dan Permasalahan Transformasi Industri Musik: Industri musik telah bergeser dari produk fisik ke digital; layanan streaming seperti Spotify telah muncul di Indonesia sejak 2016 dan menarik jutaan pengguna aktif, dengan layanan premium digunakan lebih dari 6,6 miliar menit pada Agustus 2023. Spotify juga menunjukkan pertumbuhan pendapatan yang signifikan. Faktor Penentu Keputusan Pembelian: Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk budaya, sosial, pribadi, dan psikologi, yang secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini mengamati bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli layanan premium Spotify.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, pendekatan ini memungkinkan peneliti mendapatkan keadaan yang sebenarnya di lapangan secara kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa/I UIN Antasari Banjarmasin. Data diperoleh melalui penyebaran angket kuesioner dan *Gform* yang dibagikan ke para Mahasiswa/I UIN Antasari Banjarmasin.

Hasil penelitian secara parsial diperoleh bahwa Faktor Budaya, sosial, pribadi, dan psikologi masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik Spotify di kalangan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini karena dari hasil analisis linear berganda pada variabel Faktor Budaya, sosial, pribadi, dan psikologi diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t table dan nilai $sig. < 0.05$. Sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Sedangkan secara simultan diperoleh bahwa Faktor Budaya, sosial, pribadi, dan psikologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming musik Spotify di kalangan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini karena nilai F hitung lebih besar dari nilai F table atau nilai $sig. < 0.05$. Sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak.