

BAB V

PENUTUP

Pada bab lima ini, peneliti akan mengambil kesimpulan, membuat implikasi manajerial, memaparkan keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif demografi responden

Semua responden telah memenuhi kriteria yang ditentukan yaitu saat ini sedang menggunakan paket premium aplikasi *streaming* Spotify dan penggunaan tersebut minimal telah berlangsung selama 3 bulan. Mayoritas responden adalah perempuan, dengan usia 22 tahun serta memiliki pendapatan atau uang saku antara Rp 1.000.001 sampai Rp 2.000.000.

2. Hasil analisis deskriptif

Hasil analisis deskriptif dapat disimpulkan bahwa penilaian konsumen pada variabel persepsi nilai dan persepsi kualitas termasuk dalam kategori yang baik, sedangkan penilaian pada variabel loyalitas merek, kepercayaan merek, dan keputusan pembelian termasuk dalam kategori yang tinggi.

3. Hasil analisis *Structural Equation Modelling*

Hasil analisis *structural equation modelling* dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Persepsi nilai memiliki pengaruh yang signifikan dan positif dalam mempengaruhi peningkatan kepercayaan merek. Artinya, semakin baik nilai yang diperoleh konsumen atas penggunaan aplikasi *streaming* Spotify akan berdampak pada semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen pada aplikasi *streaming* Spotify.
- b. Persepsi nilai memiliki pengaruh yang signifikan dan positif dalam mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian. Artinya, semakin baik nilai yang diperoleh konsumen atas penggunaan aplikasi *streaming* Spotify akan berdampak pada semakin tinggi tingkat pengambilan aplikasi *streaming* Spotify.
- c. Kepercayaan merek memiliki pengaruh yang signifikan dan positif dalam mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian. Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen pada aplikasi *streaming* Spotify akan berdampak pada semakin tinggi tingkat pengambilan aplikasi *streaming* Spotify.
- d. Kepercayaan merek memediasi pengaruh persepsi nilai terhadap keputusan pembelian. Artinya, pengaruh persepsi nilai terhadap pengambilan keputusan pembelian akan semakin tinggi saat dimediasi oleh kepercayaan konsumen yang semakin tinggi pada penggunaan aplikasi *streaming* Spotify.
- e. Persepsi kualitas memiliki pengaruh yang signifikan dan positif dalam mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian. Artinya, semakin baik persepsi konsumen pada kualitas aplikasi *streaming* Spotify akan

berdampak pada semakin tinggi tingkat pengambilan aplikasi *streaming* Spotify.

- f. Loyalitas merek memiliki pengaruh yang signifikan dan positif dalam mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian. Artinya, semakin tinggi tingkat loyalitas konsumen pada aplikasi *streaming* Spotify akan berdampak pada semakin tinggi tingkat pengambilan aplikasi *streaming* Spotify.

B. Implikasi Manajerial

Keputusan pembelian konsumen yang tinggi pada sebuah merek (produk atau jasa) akan membawa kesuksesan sebuah perusahaan dalam bisnis. Untuk itu maka setiap perusahaan harus dapat melakukan beberapa cara yang secara nyata dapat meningkatkan pengambilan keputusan pembelian konsumen. Menciptakan konsumen yang loyal dan percaya pada merek perusahaan merupakan beberapa cara yang dilakukan untuk meningkatkan pengambilan keputusan pembelian konsumen. Selain itu, nilai dan kualitas yang semakin tinggi dari sebuah merek akan memberikan pengaruh pada peningkatan kepercayaan merek maupun pengambilan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini merupakan pembuktian empiris bahwa merek (produk atau jasa) yang mampu memberikan nilai tinggi bagi konsumen akan membuat konsumen semakin percaya dan mengambil keputusan pembelian pada merek yang bersangkutan. Selain itu, persepsi konsumen akan kualitas sebuah merek dan

loyalitas yang tinggi pada suatu merek juga memberikan kontribusi positif pada peningkatan pengambilan keputusan pembelian.

Beberapa usaha atau cara pihak manajemen untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan dengan cara:

1. Meningkatkan manfaat yang dapat diperoleh konsumen atas penggunaan produk atau jasa. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan menambahkan fitur-fitur yang melekat pada produk atau jasa dengan tetap mempertahankan harga jual produk atau jasa pada tingkatan yang kompetitif (murah).
2. Iklan akan memberikan pengaruh pada peningkatan pengambilan keputusan pembelian karena dengan iklan yang berkualitas baik serta intensif akan memberikan citra bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengintensifkan iklan produk atau jasa perusahaan, mengemas iklan produk atau jasa perusahaan dengan lebih aktif, menarik dan mampu menyampaikan informasi produk atau jasa yang dijual dengan lebih detail.
3. Memberikan *reward* kepada konsumen (pelanggan) yang telah merekomendasikan orang lain dan secara aktual telah bersedia mengadopsi (menggunakan) produk atau jasa perusahaan. *Reward* dapat diberikan dalam bentuk pembeban biaya berlangganan atau pemberian penambahan kuota dalam jangka waktu atau besaran tertentu.
4. Peningkatan kepercayaan merek dapat dilakukan melalui peningkatan kinerja merek. Pihak manajemen dapat melakukannya dengan memberikan

jaminan kepada konsumen bahwa konsumen akan dapat menggunakan produk atau jasa yang dibeli sesuai seperti apa yang dijanjikan. Hal ini diimplementasikan dengan kinerja produk atau jasa yang baik.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya menggunakan sampel yang homogen yaitu hanya pada kalangan tertentu (mahasiswa) serta tidak menguji perbedaan penilaian konsumen pada variabel persepsi nilai, persepsi kualitas, loyalitas merek, kepercayaan merek, dan keputusan pembelian berdasarkan karakteristik personal konsumen. Selain itu, keterbatasan yang lain dari penelitian ini hanya menggunakan sampel konsumen pengguna paket aplikasi premium *streaming* Spotify dimana ada banyak juga masyarakat yang menggunakan aplikasi freemium *streaming* Spotify.

D. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian sejenis di masa yang akan datang sebaiknya memperluas cakupan sampel penelitian serta menambahkan uji komparatif (uji beda) berdasarkan karakteristik personal konsumen yaitu pada penggunaan paket premium dan freemium aplikasi *streaming* Spotify. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar hasil penelitian memiliki cakupan hasil yang lebih luas dan lebih detail serta lebih spesifik dengan menyertakan hasil uji beda untuk digunakan sebagai dasar pengambilan strategi pemasaran yang lebih kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2012), *Manajemen Ekuitas Merek, Manfaat Nilai Suatu Merek*, Jakarta: Mitra Utama.
- Adi, P.R. (2013). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, dan Nilai Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di Minimarket Ariesmart Depok*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ahmed, Z., Rizwan, M., dan Ahmad, M., dan Haq, M. (2014). Effect of Brand Trust and Customer Satisfaction on Brand Loyalty in Bahawalpur. *Journal of Sociological Research*. Vol. 5, No. 1.
- Akhtar, N., Ul-Ain, Q., Siddiqi, U.I., Ashraf, A., dan Latif, M. (2016). Impact of a Brand Equity on Consumer Purchase Decision in L’Oreal Skincare Products. *International Review of Management and Business Research*, Vol. 5, No. 3.
- ALHuwaishel, N.S., dan AL-Meshal, S.A. (2018). The Impact Of Perceived Value, Quality, And Loyalty On Purchase Decision In The Accessories Department: Study On Saudi Females. *British Journal of Marketing Studies*. Vol.6, No. 4.
- Ariyanti, K., dan Iriani, S.S. (2014). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli Kosmetik Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 2, No. 4.
- Assael, H. (2012), *Consumer Behavior and Marketing Action*, Singapore: Thomson Learning.
- Barnes, J.G. (2018). *Secrets of Customer Relationship Management. Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi.
- Deng, Z., Lu, Y., Wei, K.K., dan Zhang, J. (2010). Understanding Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study of Mobile Instant Messages in China. *International Journal of Information Management*, Vol. 30.
- Dharmmesta, B.S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Durianto, D., dan Sitingjak, T. (2014), *Strategi Menaklukan Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, F.J., Blackwell, R.D., dan Miniard. P.W. (2012). *Perilaku Konsumen*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Binarupa Aksara.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2012). *Loyalitas Pelanggan: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hair Jr., J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., dan Black, W.C. (2014). *Multivariate Data Analysis: With Readings*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Hanaysha, J.R. (2018). An Examination of the Factors Affecting Consumer's Purchase Decision in the Malaysian Retail Market. *PSU Research Review*. Vol. 2, No. 1.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2015). *Principles of Marketing*. Global Edition. Pearson.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education, Inc.
- Moorman, C., Deshpande, R., dan Zaltman, G. (2013). *Factors Affecting Trust in Market Research Relationship*. *Journal Marketing Research*, Vol. 57.
- Mowen, J., dan Minor, S. (2012), *Consumer Behavior*. Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Naeem, M., dan Sami, A. (2020). Product Brand Loyalty and Purchase Decision: A Comparative Study of Automobile Industry of Pakistan. *International Journal of Entrepreneurial Research*, Vol. 3, No. 3.
- Oliver, R.L. (2012). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.
- Riyanto, G.P., dan Nistanto, R.K. (2021). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>, pada 10 Oktober 2021.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2015). *Research Methods For Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Semuel, H., dan Wijaya, V. (2016). Analisis Kepercayaan, Motivasi dan Kepuasan Orang Tua Siswa SMA Kristen Petra 1 Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 11, No. 1.
- Siagian, H., dan Cahyono, H. (2014), Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2.

Sugiyono. (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.

Susanto, H. (2014). *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran)*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Tjiptono, F. (2015), *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.



LAMPIRAN I: KUESIONER PENELITIAN**KUESIONER**

**PENGARUH PERSEPSI NILAI, PERSEPSI
KUALITAS, LOYALITAS MEREK DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET
PREMIUM APLIKASI *STREAMING* MUSIK
SPOTIFY**

Dengan hormat,
perkenalkan saya :

Nama : Yehezqiel Federiko
NPM : 160323145
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Perkenalkan nama saya Yehezqiel Federiko. Saya merupakan mahasiswa program studi manajemen dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang mengerjakan skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mencapai derajat sarjana ekonomi (S1). Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Paket Premium Aplikasi Streaming Musik Spotify". Saya membutuhkan data penelitian yang sekiranya Anda dapat membantunya dengan mengisi kuesioner penelitian ini. Atas kesediaannya saya mengucapkan banyak terimakasih. Semoga Tuhan selalu memberikan berkat-berkat yang Anda butuhkan.



Spotify®

Hormat saya:

Yehezqiel Federiko

BAGIAN I: KARAKTERISTIK RESPONDEN

Spotify adalah platform digital asal swedia yang memberikan layanan streaming musik digital, podcast, dan video sehingga pengguna dapat menemukan jutaan karya dari musisi maupun artis di seluruh dunia. Dalam penggunaannya Spotify adalah aplikasi streaming musik yang bisa di download tidak berbayar yang legal. Ada perbedaan antara akun tidak berbayar dan paket premium pada Spotify. Akun tidak berbayar hanya bisa mendengarkan lagu secara random dan akan terganggu dengan adanya iklan, dan tidak dapat mendownload musik. Tapi kamu juga bisa memilih untuk mengupgrade ke Spotify Premium. Mana pun yang kamu pilih, kamu bisa: Memilih yang ingin kamu dengarkan dengan Browser dan Cari. Mendapatkan rekomendasi dari fitur yang dipersonalisasi, seperti Discover Weekly, Release Radar, dan Daily Mix. Menyusun koleksi musik. Melihat apa yang didengarkan teman, artis, dan selebriti. Membuat Playlist kamu sendiri. Spotify tersedia di beragam perangkat, termasuk komputer, ponsel, tablet, speaker, TV, dan mobil, dan kamu bisa dengan mudah berpindah dari satu perangkat ke perangkat lain menggunakan Spotify Connect.

Berikut ini adalah kuesioner mengenai karakteristik demografi responden. Anda dipersilahkan untuk menjawab pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan karakteristik Anda saat ini.

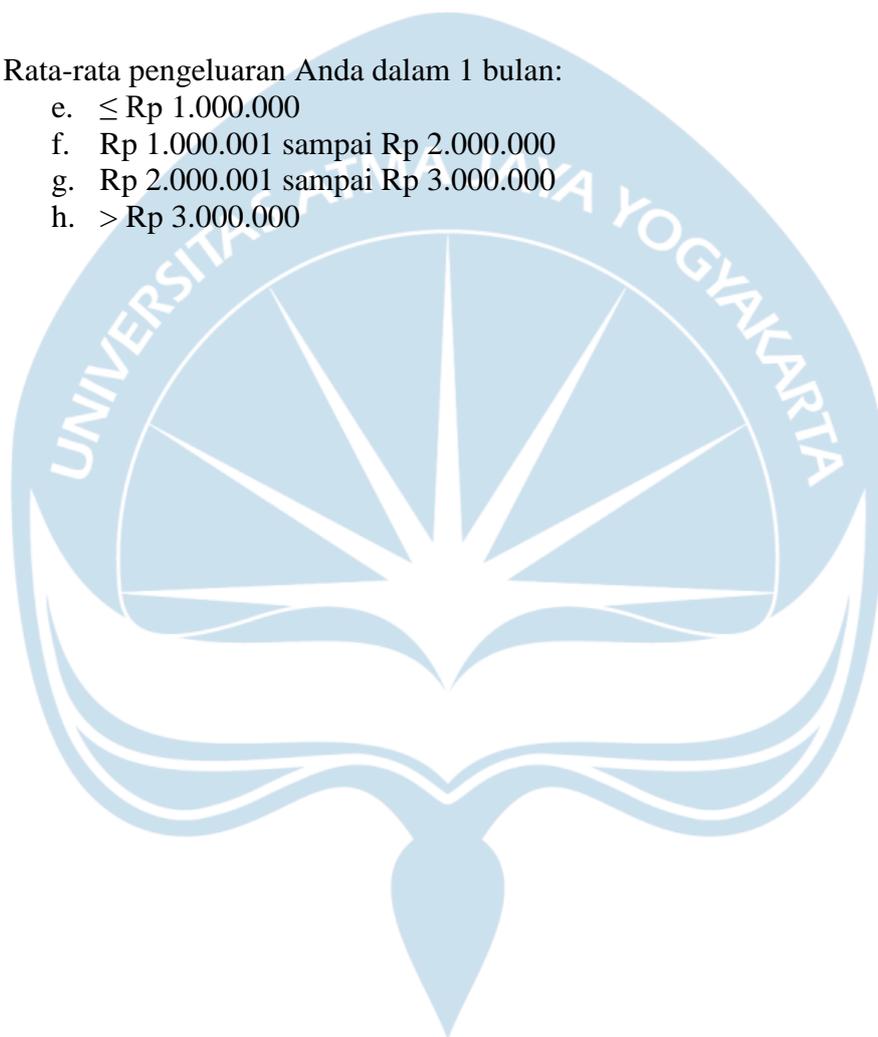
1. Apakah Anda telah memiliki / membeli paket premium aplikasi *streaming* Spotify:
 - a. Ya, saya telah membelinya
 - b. belum, saya belum pernah membelinya (****Terima kasih, Anda tidak perlu menjawab pertanyaan selanjutnya***)
2. Berdasarkan ingatan Anda, sudah berapa lama menggunakan (membeli) paket premium aplikasi *streaming* Spotify:
 - a. Kurang dari 3 bulan yang lalu (****Terima kasih, Anda tidak perlu menjawab pertanyaan selanjutnya***)
 - b. 3 sampai 6 bulan
 - c. 7 sampai 9 bulan
 - d. 10 sampai 12 bulan
 - e. Lebih dari 1 tahun
3. Jenis kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
4. Usia Anda saat ini?
5. Pekerjaan Anda saat ini?
6. Domisili

7. Rata-rata uang saku atau pendapatan Anda dalam 1 bulan:

- a. \leq Rp 1.000.000
- b. Rp 1.000.001 sampai Rp 2.000.000
- c. Rp 2.000.001 sampai Rp 3.000.000
- d. $>$ Rp 3.000.000

8. Rata-rata pengeluaran Anda dalam 1 bulan:

- e. \leq Rp 1.000.000
- f. Rp 1.000.001 sampai Rp 2.000.000
- g. Rp 2.000.001 sampai Rp 3.000.000
- h. $>$ Rp 3.000.000



BAGIAN II: KUESIONER PENELITIAN

Berikut ini adalah kuesioner penelitian. Anda dipersilahkan untuk menjawab pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

Kriteria:

Angka 1 : Sangat Tidak Setuju

Angka 2 : Tidak Setuju

Angka 3 : Cukup Setuju

Angka 4 : Setuju

Angka 5 : Sangat Setuju

PERSEPSI NILAI

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Dibandingkan dengan biaya (uang) yang saya keluarkan, pembelian paket premium aplikasi streaming musik spotify menguntungkan bagi saya secara finansial.					
2	Dibandingkan dengan usaha yang saya keluarkan, pembelian paket premium aplikasi streaming musik spotify memberikan manfaat yang lebih besar bagi saya.					
3	Dibandingkan dengan waktu yang saya keluarkan, pembelian paket premium aplikasi streaming musik spotify memberikan manfaat yang lebih besar bagi saya.					

PERSEPSI KUALITAS

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Jika bukan dari aplikasi streaming musik Spotify, saya yakin kualitas musiknya lebih rendah.					
2	Semakin terkenal aplikasi streaming musik Spotify, saya yakin semakin baik kualitas musiknya.					
3	Nama merek "Streaming musik Spotify" menentukan pengambilan keputusan pembelian konsumen					
4	Semakin sering iklan aplikasi streaming musik Spotify, saya yakin semakin baik kualitasnya.					
5	Saya merasa lebih aman dengan menggunakan aplikasi streaming musik Spotify.					

LOYALITAS MEREK

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Saya menganggap bahwa saya loyal pada aplikasi streaming musik Spotify					
2	Saya akan membeli lagi aplikasi streaming musik Spotify daripada merek (apliaksi) lain yang ada di pasar.					
3	Jika musik yang saya cari di aplikasi streaming musik Spotify tidak ada, saya tidak akan membelinya di aplikasi yang lainnya.					
4	Saya merekomendasikan orang lain untuk membeli aplikasi streaming musik Spotify					

KEPERCAYAAN MEREK

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Saya percaya pada aplikasi streaming musik Spotify					
2	Aplikasi streaming musik Spotify dapat diandalkan untuk melakukan fungsinya dengan baik.					
3	Saya merasa bisa mempercayai sepenuhnya aplikasi streaming musik Spotify.					
4	Saya dapat mengandalkan aplikasi streaming musik Spotify.					
5	Saya merasa aman saat membeli aplikasi streaming musik Spotify karena saya tahu aplikasi ini tidak akan mengecewakan saya					

KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Dalam memilih dari banyak jenis aplikasi yang tersedia, Saya lebih memilih aplikasi streaming musik Spotify untuk saya beli.					
2	Saya membeli aplikasi streaming musik Spotify karena aplikasi ini lebih baik dibandingkan aplikasi yang lainnya					
3	Penting bagi saya untuk membuat keputusan yang tepat dengan membeli aplikasi streaming musik Spotify.					
4	Saya yakin dengan keputusan saya membeli aplikasi streaming musik Spotify					
5	Pembelian aplikasi streaming musik Spotify adalah suatu hal yang penting dalam hidup saya.					

TERIMAKASIH ATAS PARTISIPASI ANDA

LAMPIRAN II: DATA PENELITIAN

Case Summaries

	Kepemilikan / Pembelian paket premium aplikasi streaming Spotify	Lama penggunaan (pembelian) paket premium aplikasi streaming Spotify	Jenis kelamin	Usia	Rata-rata uang saku atau pendapatan Anda dalam 1 bulan	PN.1	PN.2	PN.3
1	1	5	1	22	2	2	3	2
2	1	4	2	18	2	4	4	4
3	1	2	1	21	2	3	3	4
4	1	2	1	20	3	4	4	3
5	1	4	2	22	3	4	4	4
6	1	3	2	22	1	5	5	3
7	1	3	1	21	1	3	3	4
8	1	2	2	18	1	5	5	5
9	1	2	2	22	3	2	2	2
10	1	2	1	21	2	4	4	4
11	1	3	1	22	2	4	4	5
12	1	3	2	23	2	3	3	4
13	1	4	1	20	3	4	3	4
14	1	3	2	23	3	2	2	3
15	1	2	2	20	2	5	3	3
16	1	2	2	24	3	4	4	5
17	1	2	2	18	3	5	5	5
18	1	5	2	22	2	3	3	3
19	1	3	1	20	2	3	3	3
20	1	3	2	20	2	4	3	3
21	1	5	2	22	2	4	4	4
22	1	2	1	22	2	4	4	5
23	1	2	2	21	3	5	5	5
24	1	3	1	19	3	5	5	5
25	1	2	1	21	2	3	4	4
26	1	5	1	22	2	5	5	5
27	1	2	2	22	1	4	4	4
28	1	2	1	23	2	4	3	4
29	1	3	2	19	2	3	3	4
30	1	4	1	22	2	4	3	3
31	1	3	2	22	1	4	4	3
32	1	2	1	19	2	3	3	3
33	1	3	2	22	2	2	2	2
34	1	3	2	22	3	2	2	2
35	1	5	1	19	3	4	4	4
36	1	2	1	22	2	3	3	3
37	1	4	1	20	1	3	3	3
38	1	4	2	21	2	3	3	4
39	1	5	1	22	3	3	3	2
40	1	3	1	22	2	3	3	4
41	1	4	2	20	2	3	3	3
42	1	2	2	20	2	4	4	3
43	1	3	1	21	3	2	3	2
44	1	5	1	22	2	3	2	3
45	1	2	1	22	2	3	4	4
46	1	5	2	21	1	4	4	3
47	1	4	1	22	1	2	3	2
48	1	3	1	22	2	3	3	4
49	1	3	1	20	2	3	4	4
50	1	2	2	23	2	4	4	3

Case Summaries

	Keperolehan / Pembelian paket premium aplikasi streaming Spotify	Lama penggunaan (pembelian) paket premium aplikasi streaming Spotify	Jenis kelamin	Usia	Rata-rata uang saku atau pendapatan Anda dalam 1 bulan	PN.1	PN.2	PN.3
51	1	3	1	22	3	2	3	2
52	1	2	1	22	2	4	5	4
53	1	5	1	20	3	3	4	4
54	1	4	1	22	2	4	4	3
55	1	2	2	21	3	2	3	2
56	1	5	1	22	2	4	4	4
57	1	3	2	22	2	2	3	2
58	1	2	2	18	2	3	3	3
59	1	4	1	20	2	3	3	3
60	1	2	2	23	3	3	3	3
61	1	2	1	21	3	2	2	2
62	1	3	2	20	3	4	4	5
63	1	2	2	23	2	2	3	2
64	1	5	2	22	2	3	3	3
65	1	5	2	22	3	4	4	3
66	1	3	1	23	2	3	3	3
67	1	2	2	22	2	3	3	3
68	1	2	2	22	2	4	4	3
69	1	3	1	20	3	3	3	3
70	1	3	2	22	2	3	3	3
71	1	2	2	22	3	5	4	4
72	1	2	2	19	2	3	3	3
73	1	4	1	22	2	3	3	4
74	1	2	2	21	2	3	3	3
75	1	3	1	20	2	3	3	3
76	1	2	2	18	2	3	3	3
77	1	4	2	24	3	3	4	4
78	1	4	2	22	2	3	3	3
79	1	3	2	18	3	3	4	4
80	1	3	2	21	2	2	2	2
81	1	3	1	20	2	3	3	4
82	1	2	1	18	2	3	3	4
83	1	4	2	22	2	3	3	4
84	1	3	1	22	3	5	5	5
85	1	3	2	22	2	4	4	4
86	1	4	2	19	2	5	5	5
87	1	4	2	22	2	4	5	5
88	1	5	2	21	3	4	4	4
89	1	2	2	21	4	3	3	4
90	1	4	1	22	3	3	3	4
91	1	3	1	22	3	4	4	4
92	1	3	1	19	3	3	3	4
93	1	5	1	22	3	4	5	5
94	1	4	1	22	3	4	4	4
95	1	4	1	19	3	4	4	5
96	1	3	2	23	2	3	4	4
97	1	2	1	22	2	3	3	4
98	1	3	1	22	2	3	3	4
99	1	2	1	22	3	4	4	4
100	1	2	2	22	3	4	4	5

Case Summaries

	Keperolehan / Pembelian paket premium aplikasi streaming Spotify	Lama penggunaan (pembelian) paket premium aplikasi streaming Spotify	Jenis kelamin	Usia	Rata-rata uang saku atau pendapatan Anda dalam 1 bulan	PN.1	PN.2	PN.3
101	1	2	2	21	2	4	4	3
102	1	2	2	22	2	3	3	3
103	1	5	2	22	3	4	5	5
104	1	4	2	22	2	4	5	5
105	1	3	1	22	2	4	4	5
106	1	2	2	21	3	5	4	4
107	1	4	2	20	3	3	4	4
108	1	3	2	22	2	4	3	3
109	1	3	1	21	3	4	3	3
110	1	2	2	21	2	3	3	4
111	1	2	2	23	3	3	3	3
112	1	3	1	18	2	4	4	3
113	1	2	2	21	2	2	3	2
114	1	2	1	21	3	4	4	4
115	1	2	1	21	2	4	4	5
116	1	3	1	22	2	3	3	3
117	1	4	2	22	2	3	4	4
118	1	3	2	22	2	4	3	3
119	1	3	2	22	2	2	2	2
120	1	2	2	18	3	3	4	4
121	1	3	2	22	3	4	3	3
122	1	2	2	21	2	5	5	5
123	1	2	2	21	3	3	4	4
124	1	2	1	22	2	3	3	3
125	1	2	1	21	3	3	4	4
126	1	4	1	22	2	4	4	4
127	1	5	1	22	4	3	3	3
128	1	3	2	19	2	5	4	4
129	1	4	1	23	3	3	3	3
130	1	3	2	21	3	4	4	4
131	1	3	2	22	3	3	3	4
132	1	5	2	20	3	4	4	5
133	1	3	2	22	3	4	5	4
134	1	2	2	21	1	3	3	4
135	1	2	2	22	3	4	4	4
136	1	4	2	19	3	3	3	4
137	1	2	2	20	3	4	4	5
138	1	3	1	20	2	4	5	4
139	1	2	2	24	3	2	3	2
140	1	3	2	23	4	4	4	4
141	1	3	2	22	2	3	3	4
142	1	2	1	22	3	4	4	5
143	1	2	1	18	2	4	5	4
144	1	5	2	19	3	4	5	4
145	1	3	1	22	3	4	5	4
146	1	3	2	22	1	4	4	4
147	1	2	2	22	3	3	3	3
148	1	4	1	20	2	4	4	3
149	1	3	2	21	3	4	4	4
150	1	4	1	23	2	5	4	4

Case Summaries

	Keperolehan / Pembelian paket premium aplikasi streaming Spotify	Lama penggunaan (pembelian) paket premium aplikasi streaming Spotify	Jenis kelamin	Usia	Rata-rata uang saku atau pendapatan Anda dalam 1 bulan	PN.1	PN.2	PN.3
151	1	2	2	21	4	3	3	4
152	1	4	1	20	2	4	4	5
153	1	4	2	24	3	4	4	4
154	1	2	2	21	3	4	4	5
155	1	4	2	22	2	4	4	5
156	1	3	2	22	4	4	4	5
157	1	2	2	18	3	4	4	5
158	1	3	2	22	2	4	4	4
159	1	2	2	22	2	4	4	3
160	1	2	2	22	3	4	4	4
161	1	4	1	22	3	4	4	4
162	1	4	2	18	2	4	4	4
163	1	2	2	21	3	4	4	5
164	1	2	1	21	3	5	5	5
165	1	5	1	22	4	4	5	5
166	1	2	2	20	3	4	5	4
167	1	4	2	22	4	4	5	4
168	1	3	2	20	3	5	5	5
169	1	2	1	22	2	4	5	5
170	1	2	2	23	2	4	4	5
171	1	4	1	22	2	4	4	5
172	1	3	1	22	2	4	4	5
173	1	4	1	20	1	4	4	5
174	1	5	2	22	3	4	5	5
175	1	3	2	21	3	5	4	4
176	1	2	2	21	2	5	5	5
177	1	3	2	23	3	5	5	5
178	1	2	2	19	3	5	5	5
179	1	4	2	22	3	4	5	5
180	1	2	2	22	2	5	5	5
181	1	3	1	22	4	2	2	2
182	1	2	1	21	2	3	3	3
183	1	3	2	21	3	3	4	4
184	1	2	2	19	3	3	3	4
185	1	2	2	22	2	4	5	4
186	1	2	2	21	3	3	3	3
187	1	2	1	22	3	4	4	5
188	1	2	2	21	4	3	3	3
189	1	2	2	19	2	5	4	4
190	1	3	1	18	2	2	2	2
191	1	3	2	22	3	3	3	3
192	1	4	1	22	1	3	4	4
193	1	3	2	20	3	3	3	4
194	1	2	2	23	3	4	5	4
195	1	2	2	22	1	3	3	3
196	1	3	2	21	2	4	4	5
197	1	3	1	20	4	3	3	3
198	1	5	2	21	4	3	3	4
199	1	3	1	22	2	4	4	4
200	1	4	1	22	3	4	4	4

Case Summaries

	Keperolehan / Pembelian paket premium aplikasi streaming Spotify	Lama penggunaan (pembelian) paket premium aplikasi streaming Spotify	Jenis kelamin	Usia	Rata-rata uang saku atau pendapatan Anda dalam 1 bulan	PN.1	PN.2	PN.3
201	1	4	1	22	2	2	1	2
202	1	4	1	21	2	4	3	3
203	1	4	1	21	3	5	3	5
204	1	5	2	22	3	4	4	4
205	1	2	2	20	2	5	4	4
206	1	2	2	19	3	3	3	3
207	1	4	2	18	3	4	5	4
208	1	3	2	21	2	5	5	5
209	1	4	2	22	2	5	4	4
210	1	2	2	22	3	3	4	4
211	1	4	2	22	3	4	3	4
212	1	3	2	22	2	4	5	4
213	1	2	1	21	3	3	3	3
214	1	3	2	20	2	5	4	4
215	1	2	2	22	4	4	4	4
216	1	5	1	22	2	3	5	5
217	1	2	2	21	1	5	5	5
218	1	3	1	22	3	3	3	3
219	1	3	1	20	2	3	3	3
220	1	5	2	21	2	4	5	4
221	1	4	2	23	2	4	5	4
222	1	4	2	19	2	4	5	5
223	1	3	2	22	1	5	4	5
224	1	2	2	19	3	3	3	3
225	1	3	2	22	3	3	4	4
226	1	4	2	22	2	4	4	5
227	1	4	2	22	3	4	4	4
228	1	3	1	22	2	3	3	4
229	1	3	1	20	3	5	5	5
230	1	3	1	21	2	4	4	4
231	1	4	1	20	4	3	3	3
232	1	2	2	21	2	3	3	3
233	1	3	1	20	3	3	2	2
234	1	2	2	21	3	2	2	3
235	1	5	2	23	3	3	4	4
236	1	3	2	24	3	4	5	5
237	1	3	2	22	3	5	5	5
238	1	3	2	23	4	4	3	3
239	1	5	2	21	3	2	3	2
240	1	4	2	22	3	4	3	3
241	1	3	1	22	3	4	5	5
242	1	3	1	22	2	5	4	4
243	1	5	2	22	3	4	3	3
244	1	4	2	22	1	2	2	3
245	1	5	2	22	2	4	3	4
246	1	2	2	22	3	4	4	4
247	1	3	2	22	2	4	4	4
248	1	4	2	22	3	4	4	4
249	1	4	2	20	3	4	4	4
250	1	3	2	22	1	4	3	3

Case Summaries

	Keperolehan / Pembelian paket premium aplikasi streaming Spotify	Lama penggunaan (pembelian) paket premium aplikasi streaming Spotify	Jenis kelamin	Usia	Rata-rata uang saku atau pendapatan Anda dalam 1 bulan	PN.1	PN.2	PN.3
251	1	5	2	22	3	4	3	3
252	1	4	2	21	4	4	4	4
253	1	3	2	22	3	3	3	3
254	1	3	2	21	2	5	4	4
255	1	2	2	24	4	4	4	4
256	1	2	1	18	2	4	5	5
257	1	2	2	22	3	3	3	3
258	1	2	2	20	3	3	3	3
259	1	2	2	22	2	3	3	3
260	1	3	2	20	1	4	4	4
261	1	2	2	21	3	2	2	2
262	1	4	2	20	2	3	5	5
263	1	3	2	22	2	3	3	3
264	1	4	2	22	3	4	3	4
265	1	4	1	20	3	5	4	4
266	1	3	2	20	2	4	5	4
267	1	2	2	21	3	5	5	4
268	1	2	1	21	4	4	4	5
269	1	2	2	22	2	4	5	5
270	1	4	2	20	4	5	4	4
271	1	4	2	20	1	5	4	4
272	1	2	2	21	3	4	4	5
273	1	5	1	22	2	4	4	4
274	1	2	2	22	2	4	4	4
275	1	5	1	21	2	4	4	4
276	1	2	2	22	1	4	4	4
277	1	5	1	22	4	3	4	4
278	1	2	2	22	3	4	4	4
279	1	2	2	21	3	4	4	4
280	1	3	2	23	2	4	3	4
281	1	3	2	22	3	3	3	3
282	1	3	2	24	3	3	3	3
283	1	4	2	21	3	4	4	4
284	1	3	2	20	2	5	5	5
285	1	3	1	22	1	2	2	2
286	1	3	1	22	4	5	5	5
287	1	2	1	22	2	4	4	4
288	1	2	1	22	3	5	5	5
289	1	2	2	22	3	4	4	4
290	1	2	2	21	2	4	4	4
291	1	4	2	22	4	4	4	5
292	1	2	2	21	3	4	3	3
293	1	2	2	19	2	4	4	5
294	1	2	2	22	2	4	4	5
295	1	3	2	20	3	4	5	5
296	1	5	2	24	3	4	4	4
297	1	2	2	21	2	4	3	3
298	1	4	1	22	3	4	5	4
299	1	5	2	23	2	4	4	5
300	1	2	2	22	1	4	4	5

Case Summaries

	PK.1	PK.2	PK.3	PK.4	PK.5	LM.1	LM.2	LM.3	LM.4	KM.1
1	3	3	5	3	4	3	4	3	3	3
2	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3
3	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5
4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3
5	4	4	5	5	4	4	2	4	4	2
6	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
7	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
10	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
11	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
12	4	4	5	5	3	5	5	5	4	5
13	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3
14	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4
15	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4
16	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4
17	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
18	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4
19	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3
20	3	2	3	3	2	3	4	4	4	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
23	4	3	5	5	4	5	5	3	5	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
29	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3
30	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
31	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
32	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3
33	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
34	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3
35	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3
36	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
37	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4
38	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3
39	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3
40	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
41	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3
42	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3
43	4	4	3	2	4	3	2	3	3	3
44	2	2	3	3	3	3	3	2	4	4
45	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
46	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
47	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
48	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4
49	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
50	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3

Case Summaries

	PK.1	PK.2	PK.3	PK.4	PK.5	LM.1	LM.2	LM.3	LM.4	KM.1
51	4	4	3	3	4	2	2	2	1	3
52	5	5	4	3	4	3	3	3	4	4
53	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
54	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4
55	4	4	3	3	4	4	5	3	5	3
56	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
57	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3
58	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
60	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4
61	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3
62	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4
63	2	2	4	4	4	4	4	3	3	4
64	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
65	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
67	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
68	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4
69	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3
70	4	5	3	3	3	3	2	3	2	3
71	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4
72	4	5	3	3	3	4	5	3	4	3
73	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4
74	4	5	4	3	4	5	4	4	3	3
75	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4
76	4	5	3	3	5	3	3	3	3	3
77	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4
78	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2
79	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
80	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3
81	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
82	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
83	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3
84	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
85	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
88	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
89	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
92	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
93	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
94	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
95	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4
96	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4
97	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
98	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
99	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
100	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4

Case Summaries

	PK.1	PK.2	PK.3	PK.4	PK.5	LM.1	LM.2	LM.3	LM.4	KM.1
101	3	4	4	4	2	4	4	3	3	2
102	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
103	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
104	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
105	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3
106	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
107	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
108	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
109	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
110	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
112	4	3	4	4	4	3	2	3	2	3
113	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4
114	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
115	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
116	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
117	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4
118	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
119	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
120	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4
121	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
122	5	5	4	4	5	3	3	3	3	3
123	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4
124	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
125	5	5	4	4	5	3	3	3	3	4
126	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
127	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
128	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
129	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4
130	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
131	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3
132	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
133	3	3	4	4	3	5	4	3	3	4
134	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3
135	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
138	3	3	4	3	4	3	5	3	3	4
139	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3
140	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
142	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
143	4	3	4	3	3	5	4	3	4	4
144	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4
145	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4
146	4	5	3	3	4	5	5	4	5	4
147	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
148	4	3	4	4	4	3	3	5	3	4
149	4	4	4	3	4	3	5	4	5	4
150	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4

Case Summaries

	PK.1	PK.2	PK.3	PK.4	PK.5	LM.1	LM.2	LM.3	LM.4	KM.1
201	2	2	2	1	2	4	4	4	4	5
202	5	5	5	5	5	3	4	3	3	4
203	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5
204	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5
205	4	3	2	4	3	5	4	4	4	4
206	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4
207	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4
208	5	5	5	4	5	3	3	4	2	4
209	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4
210	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5
211	4	5	5	5	5	3	3	3	3	2
212	5	4	4	3	5	3	3	4	4	5
213	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
214	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5
215	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4
216	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
217	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
218	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3
219	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4
220	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4
221	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
222	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
223	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
224	5	5	5	4	5	4	4	3	3	3
225	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
226	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
227	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
228	3	2	3	5	5	4	3	4	3	3
229	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
230	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
231	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3
232	2	2	2	2	2	5	4	4	4	5
233	2	2	2	2	2	4	3	2	3	5
234	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
235	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
236	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5
237	3	3	2	2	3	4	5	4	4	5
238	3	2	1	1	2	4	4	4	3	4
239	2	2	1	2	2	4	5	4	3	3
240	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4
241	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5
242	3	3	3	3	3	4	5	4	4	5
243	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
244	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
245	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
246	4	4	3	4	3	5	4	4	5	5
247	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
248	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3
249	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
250	4	5	4	4	3	5	4	5	5	3

Case Summaries

	PK.1	PK.2	PK.3	PK.4	PK.5	LM.1	LM.2	LM.3	LM.4	KM.1
251	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
252	4	5	4	2	4	5	4	5	5	4
253	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3
254	4	5	4	4	3	5	4	5	5	5
255	3	3	3	3	3	5	3	5	5	4
256	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
257	4	3	4	4	3	5	5	5	5	4
258	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4
259	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4
260	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4
261	4	3	4	2	4	4	4	5	4	4
262	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5
263	4	3	2	2	3	5	5	5	4	5
264	4	3	3	3	3	5	5	4	4	3
265	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5
266	3	3	3	4	3	5	5	4	4	5
267	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
268	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4
269	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5
270	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
271	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
272	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
273	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4
274	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
275	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
276	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4
277	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
278	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4
279	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5
280	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5
281	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4
282	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4
283	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4
284	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5
285	2	1	3	3	3	2	2	2	2	3
286	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3
287	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4
288	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5
289	5	4	4	4	5	3	3	3	3	4
290	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3
291	4	2	2	2	3	3	3	3	2	4
292	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
293	4	3	4	4	3	5	5	5	5	5
294	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4
295	4	5	3	4	4	3	3	3	3	3
296	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
297	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
298	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4
299	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
300	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4

Case Summaries

	KM.2	KM.3	KM.4	KM.5	KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5
51	3	3	3	3	3	2	2	3	2
52	4	4	4	4	4	4	4	4	3
53	3	3	4	4	4	4	4	3	4
54	3	3	3	3	4	3	4	3	4
55	5	3	5	4	5	3	4	3	4
56	3	4	4	4	4	4	4	4	4
57	3	3	3	3	4	4	3	5	4
58	4	4	4	4	4	4	4	3	3
59	3	2	3	3	3	3	3	3	3
60	4	4	4	4	3	3	4	3	4
61	3	2	3	3	3	3	2	3	2
62	3	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	3
64	3	4	4	4	4	4	4	3	4
65	3	4	3	3	3	3	3	3	4
66	4	4	4	4	4	4	4	3	4
67	4	4	4	4	4	4	4	3	4
68	3	4	3	3	3	3	4	3	4
69	3	3	3	3	4	3	4	4	4
70	4	3	3	4	3	3	3	3	3
71	4	4	4	4	4	4	4	4	3
72	4	3	3	4	4	4	4	4	4
73	3	2	3	3	3	3	3	3	3
74	4	3	3	4	4	4	4	4	4
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	3	4	3	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	5	4	4	4	4	4
78	2	2	3	3	3	3	2	3	3
79	3	3	4	4	4	4	4	3	4
80	3	3	3	3	3	3	3	3	2
81	3	2	3	3	3	3	3	3	3
82	3	2	3	3	3	3	3	3	3
83	3	2	3	3	3	3	3	3	3
84	4	3	4	4	5	4	4	5	4
85	4	4	4	3	4	4	4	4	4
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	3	4	3	4
90	4	4	4	4	4	3	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4	3
92	2	4	3	3	3	3	2	3	4
93	4	4	3	4	4	4	4	3	3
94	5	4	4	4	4	3	5	5	5
95	3	4	4	4	4	4	3	5	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	3
97	3	3	3	3	3	3	3	3	3
98	4	4	3	4	4	4	4	3	4
99	4	4	4	4	4	3	5	5	5
100	4	3	4	4	4	4	3	5	4

Case Summaries

	KM.2	KM.3	KM.4	KM.5	KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5
101	4	4	5	5	4	4	4	4	3
102	2	3	4	4	4	3	2	3	4
103	4	3	4	4	4	4	4	3	3
104	5	4	4	3	4	3	5	5	5
105	3	3	4	4	4	4	3	5	4
106	4	4	4	4	4	4	4	4	3
107	3	3	4	4	4	4	4	3	4
108	2	4	3	3	4	4	4	3	4
109	4	3	3	3	4	4	4	4	4
110	3	3	3	3	3	3	3	3	3
111	3	3	3	3	3	3	4	4	4
112	4	2	3	3	2	3	2	3	2
113	4	4	4	4	4	4	4	4	3
114	4	4	4	5	4	4	4	3	4
115	4	4	4	4	4	3	4	3	4
116	3	3	3	3	3	3	4	3	4
117	5	4	4	4	4	3	4	4	4
118	4	3	4	4	4	4	4	4	4
119	3	3	4	4	4	3	4	4	4
120	5	4	4	4	4	3	4	4	4
121	4	3	3	3	3	4	4	4	4
122	3	3	4	5	3	3	4	4	4
123	5	4	4	4	4	4	4	4	4
124	4	3	3	3	3	4	4	4	4
125	3	3	4	4	4	3	4	4	4
126	4	4	5	4	4	4	4	4	4
127	3	3	3	3	3	3	3	3	3
128	3	3	3	3	4	4	4	4	4
129	3	4	4	4	4	3	4	3	4
130	3	3	4	3	4	4	4	4	4
131	3	2	3	3	4	3	4	3	4
132	4	4	4	4	4	3	4	3	4
133	3	3	3	3	3	4	4	4	4
134	3	3	3	3	3	3	3	3	3
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4
136	4	5	4	4	4	4	4	4	4
137	4	4	4	4	4	4	4	3	4
138	3	3	3	3	4	3	4	4	4
139	4	5	4	4	3	4	4	4	3
140	5	4	4	3	4	4	4	4	4
141	4	5	4	4	4	3	4	3	4
142	4	4	4	4	4	3	4	3	4
143	4	3	3	4	4	4	4	4	4
144	5	4	4	4	4	4	4	4	3
145	4	4	4	4	4	4	4	4	3
146	5	4	4	3	4	4	5	5	4
147	4	3	4	4	4	4	4	3	4
148	4	3	3	3	3	3	4	3	4
149	5	4	5	4	4	4	4	4	4
150	3	4	4	3	4	3	5	5	5

Case Summaries

	KM.2	KM.3	KM.4	KM.5	KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5
151	5	4	3	4	4	4	4	4	4
152	4	4	3	4	4	4	5	5	5
153	5	3	5	4	5	4	4	5	4
154	4	4	3	4	4	4	4	5	4
155	4	4	3	4	4	4	5	5	5
156	4	4	3	4	4	4	5	5	5
157	4	4	3	4	4	4	5	5	5
158	5	4	5	5	4	4	3	5	4
159	4	4	3	4	5	3	4	4	5
160	4	4	5	4	4	4	4	4	4
161	4	3	5	5	4	4	4	4	4
162	4	4	4	4	4	4	4	4	4
163	4	4	4	4	4	4	4	4	5
164	5	5	5	5	5	5	5	5	5
165	5	5	5	5	4	5	5	5	5
166	5	5	5	5	4	5	5	5	5
167	5	4	5	5	5	5	5	5	5
168	4	5	4	4	4	4	5	5	5
169	5	4	4	4	4	4	4	4	4
170	4	4	5	5	5	4	4	5	4
171	4	5	4	4	4	4	4	5	4
172	4	5	4	4	5	5	5	5	5
173	4	5	4	4	4	4	4	5	4
174	4	4	5	4	4	4	4	4	4
175	4	4	5	5	5	5	5	5	5
176	4	4	4	4	4	4	4	5	4
177	5	5	5	5	4	4	4	4	4
178	5	5	5	5	5	5	5	5	5
179	5	3	5	5	5	4	4	5	5
180	5	5	5	5	5	5	5	5	5
181	4	3	3	4	3	3	3	3	3
182	4	3	3	4	3	3	3	3	3
183	3	3	4	4	4	4	4	3	4
184	4	4	4	4	4	4	4	4	3
185	4	3	4	4	4	4	4	4	3
186	4	4	3	4	3	4	4	3	3
187	3	3	4	4	3	4	4	4	4
188	4	4	4	4	4	4	4	3	4
189	4	3	3	3	3	3	3	3	3
190	3	2	3	3	3	3	3	3	3
191	3	1	2	3	3	3	2	3	2
192	3	3	4	4	4	4	4	3	4
193	5	3	4	4	4	4	4	4	3
194	4	4	4	4	4	4	4	4	3
195	4	4	3	4	3	4	4	3	3
196	3	3	4	4	3	4	3	4	4
197	4	4	4	4	4	4	4	3	4
198	4	3	3	4	3	3	3	3	3
199	4	4	5	4	5	4	4	4	3
200	4	3	4	4	4	4	4	4	4

Case Summaries

	KM.2	KM.3	KM.4	KM.5	KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5
201	4	3	4	4	4	5	3	4	4
202	4	4	2	4	3	3	5	4	4
203	4	5	5	5	3	3	4	5	5
204	5	5	4	4	4	4	5	5	5
205	3	3	4	4	4	4	3	4	2
206	4	4	4	4	4	4	4	4	4
207	4	4	4	4	5	4	5	4	4
208	4	4	5	4	3	4	4	4	4
209	4	4	4	5	4	4	5	5	5
210	5	3	4	4	4	3	3	3	3
211	3	4	3	4	3	3	3	3	3
212	3	4	4	4	4	4	4	4	4
213	5	5	4	3	3	4	3	3	3
214	4	3	3	4	4	3	4	4	4
215	5	4	4	4	4	4	4	3	3
216	4	4	4	3	4	4	4	3	4
217	4	4	3	2	3	2	4	4	4
218	3	3	3	4	4	4	3	3	3
219	5	4	4	4	4	4	5	4	4
220	4	4	3	4	5	4	3	3	3
221	3	3	3	3	4	3	4	4	3
222	4	4	4	4	3	4	3	3	3
223	4	4	4	4	5	5	5	5	5
224	3	3	3	4	4	3	4	4	3
225	5	4	4	3	3	4	3	3	3
226	5	5	5	5	5	5	5	5	5
227	3	3	3	4	4	4	4	4	3
228	3	3	3	3	3	3	3	3	3
229	4	5	4	5	5	5	5	5	5
230	4	4	4	4	4	4	4	4	4
231	2	3	3	3	3	3	3	3	3
232	5	4	4	4	4	4	4	4	4
233	4	3	4	3	3	3	3	3	3
234	3	3	3	4	4	4	4	4	3
235	4	4	4	4	3	3	4	4	4
236	5	4	5	5	4	4	5	4	4
237	5	4	5	5	4	4	4	3	4
238	4	4	3	4	4	3	4	4	3
239	4	5	4	4	4	4	4	4	4
240	4	4	4	4	3	3	4	4	4
241	5	5	4	5	4	4	5	4	4
242	5	4	5	4	4	4	4	3	4
243	4	3	4	4	3	2	4	5	5
244	4	4	4	4	4	4	4	4	4
245	5	5	4	4	3	3	4	4	4
246	4	4	5	5	4	4	5	4	4
247	4	4	4	4	5	4	3	3	3
248	5	4	4	4	5	4	3	3	3
249	4	4	4	4	5	4	5	5	3
250	3	3	4	3	3	3	4	5	4

Case Summaries

	KM.2	KM.3	KM.4	KM.5	KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5
251	4	4	3	4	3	3	4	4	4
252	4	3	3	4	4	4	4	3	4
253	5	4	4	4	4	4	4	4	4
254	5	4	5	5	3	4	4	4	4
255	3	3	3	4	3	3	4	4	4
256	4	4	4	4	4	4	4	4	4
257	5	4	4	4	5	4	4	4	4
258	4	4	4	4	4	4	4	4	4
259	4	4	4	4	4	4	4	4	4
260	4	4	4	4	4	4	4	4	4
261	4	4	5	4	4	4	4	4	4
262	4	3	4	4	4	3	4	4	4
263	4	5	5	3	4	4	4	3	4
264	5	4	5	4	4	4	4	4	4
265	5	5	5	4	4	4	4	4	4
266	5	5	5	4	4	4	4	4	4
267	5	5	5	5	4	4	5	5	5
268	4	4	4	5	5	5	4	3	5
269	4	3	4	5	5	4	5	4	4
270	4	4	4	4	5	4	5	5	4
271	4	5	4	4	5	4	5	5	4
272	4	3	4	5	5	5	5	4	4
273	4	3	4	5	5	4	4	4	4
274	5	4	5	5	4	4	5	5	5
275	5	5	5	5	4	4	4	4	4
276	5	4	4	4	4	4	4	4	4
277	5	4	4	4	4	4	4	4	4
278	4	4	4	5	5	4	4	4	4
279	4	5	5	4	3	3	5	4	4
280	5	5	5	5	5	5	4	3	4
281	4	4	4	5	5	5	4	3	4
282	3	4	4	4	5	5	4	3	4
283	4	4	4	5	5	4	5	4	4
284	5	5	5	5	5	5	5	5	5
285	2	2	3	2	2	2	2	2	2
286	3	3	4	4	4	4	3	4	3
287	4	3	4	4	4	4	4	4	4
288	5	5	5	5	5	5	5	4	5
289	4	4	5	4	5	5	4	4	3
290	3	4	4	4	4	4	4	3	3
291	4	4	3	4	4	4	3	3	3
292	4	4	4	4	4	4	4	3	4
293	5	4	5	5	5	5	5	4	5
294	4	4	4	4	5	5	3	3	3
295	3	3	4	4	4	4	4	3	3
296	4	3	4	4	3	3	3	3	3
297	3	3	3	4	4	4	4	4	3
298	4	4	4	3	3	3	4	3	4
299	4	4	4	4	4	3	3	3	3
300	4	4	4	3	3	3	3	3	3

LAMPIRAN III: HASIL ANALISIS DEMOGRAFI RESPONDEN

Frequencies

Frequency Table

Kepemilikan / Pembelian paket premium aplikasi streaming Spotify

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya, saya telah membelinya	300	100.0	100.0	100.0

Lama penggunaan (pembelian) paket premium aplikasi streaming Spotify

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 sampai 6 bulan	110	36.7	36.7	36.7
	7 sampai 9 bulan	94	31.3	31.3	68.0
	10 sampai 12 bulan	62	20.7	20.7	88.7
	Lebih dari 1 tahun	34	11.3	11.3	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Jenis kelamin:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	107	35.7	35.7	35.7
	Perempuan	193	64.3	64.3	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	15	5.0	5.0	5.0
	19	18	6.0	6.0	11.0
	20	42	14.0	14.0	25.0
	21	61	20.3	20.3	45.3
	22	136	45.3	45.3	90.7
	23	20	6.7	6.7	97.3
	24	8	2.7	2.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Rata-rata uang saku atau pendapatan Anda dalam 1 bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <= Rp 1.000.000	22	7.3	7.3	7.3
Rp 1.000.001 sampai Rp 2.000.000	133	44.3	44.3	51.7
Rp 2.000.001 sampai Rp 3.000.000	124	41.3	41.3	93.0
> Rp 3.000.000	21	7.0	7.0	100.0
Total	300	100.0	100.0	



LAMPIRAN IV: HASIL ANALISIS PENILAIAN RESPONDEN PADA VARIABEL PENELITIAN

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PN.1	300	2.00	5.00	3.6567	.80889
PN.2	300	1.00	5.00	3.7233	.83011
PN.3	300	2.00	5.00	3.8200	.87759
Persepsi Nilai	300	1.67	5.00	3.7333	.75354
Valid N (listwise)	300				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PK.1	300	2.00	5.00	3.8100	.77626
PK.2	300	1.00	5.00	3.7567	.87177
PK.3	300	1.00	5.00	3.7600	.77744
PK.4	300	1.00	5.00	3.6533	.80539
PK.5	300	2.00	5.00	3.7067	.78911
Persepsi Kualitas	300	1.80	5.00	3.7373	.67527
Valid N (listwise)	300				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LM.1	300	2.00	5.00	3.8933	.78571
LM.2	300	2.00	5.00	3.7967	.84322
LM.3	300	2.00	5.00	3.7133	.71615
LM.4	300	1.00	5.00	3.5767	.84052
Loyalitas Merek	300	1.75	5.00	3.7442	.67455
Valid N (listwise)	300				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KM.1	300	2.00	5.00	3.8300	.70907
KM.2	300	2.00	5.00	3.8533	.77922
KM.3	300	1.00	5.00	3.6767	.77078
KM.4	300	2.00	5.00	3.8467	.71052
KM.5	300	2.00	5.00	3.9000	.64658
Kepercayaan Merek	300	2.00	5.00	3.8213	.57699
Valid N (listwise)	300				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP.1	300	2.00	5.00	3.8700	.66927
KP.2	300	2.00	5.00	3.7367	.65479
KP.3	300	2.00	5.00	3.8933	.70967
KP.4	300	2.00	5.00	3.7867	.74139
KP.5	300	2.00	5.00	3.7833	.72443
Keputusan Pembelian	300	2.00	5.00	3.8140	.56681
Valid N (listwise)	300				

LAMPIRAN V: HASIL ANALISIS STRUCTURAL EQUATION MODELLING

Outer Loadings

	KM	KP	LM	PK	PN
KM.1	0.765				
KM.2	0.799				
KM.3	0.795				
KM.4	0.818				
KM.5	0.807				
KP.1		0.799			
KP.2		0.769			
KP.3		0.868			
KP.4		0.789			
KP.5		0.820			
LM.1			0.871		
LM.2			0.855		
LM.3			0.818		
LM.4			0.842		
PK.1				0.843	
PK.2				0.857	
PK.3				0.843	
PK.4				0.827	
PK.5				0.826	
PN.1					0.887
PN.2					0.912
PN.3					0.895

Cross Loadings

	KM	KP	LM	PK	PN
KM.1	0.765	0.538	0.621	0.233	0.449
KM.2	0.799	0.553	0.667	0.251	0.387
KM.3	0.795	0.589	0.594	0.391	0.402
KM.4	0.818	0.582	0.526	0.322	0.392
KM.5	0.807	0.682	0.553	0.388	0.453
KP.1	0.612	0.799	0.540	0.381	0.428
KP.2	0.636	0.769	0.540	0.349	0.403
KP.3	0.637	0.868	0.590	0.446	0.462
KP.4	0.541	0.789	0.603	0.454	0.480
KP.5	0.581	0.820	0.636	0.471	0.445
LM.1	0.599	0.616	0.871	0.396	0.387
LM.2	0.636	0.633	0.855	0.370	0.367
LM.3	0.621	0.559	0.818	0.313	0.435
LM.4	0.653	0.624	0.842	0.359	0.413
PK.1	0.425	0.488	0.410	0.843	0.512
PK.2	0.332	0.450	0.360	0.857	0.401
PK.3	0.255	0.395	0.310	0.843	0.430
PK.4	0.324	0.428	0.377	0.827	0.428
PK.5	0.331	0.411	0.318	0.826	0.439
PN.1	0.467	0.496	0.440	0.413	0.887
PN.2	0.463	0.479	0.383	0.479	0.912
PN.3	0.481	0.502	0.447	0.531	0.895

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
KM	0.857	0.859	0.897	0.635
KP	0.868	0.870	0.905	0.656
LM	0.868	0.870	0.910	0.717
PK	0.895	0.899	0.923	0.705
PN	0.880	0.880	0.926	0.807

R Square

	R Square	R Square Adjusted
KM	0.275	0.272
KP	0.660	0.655

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
KM -> KP	0.390	0.388	0.050	7.773	0.000
LM -> KP	0.305	0.305	0.050	6.150	0.000
PK -> KP	0.178	0.178	0.042	4.219	0.000
PN -> KM	0.524	0.521	0.041	12.815	0.000
PN -> KP	0.106	0.109	0.043	2.466	0.007

Specific Indirect Effects

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
PN -> KM -> KP	0.204	0.202	0.031	6.618	0.000

