



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**ANALISIS TINGKAT PENERIMAAN PENGGUNA  
LAYANAN *MUSIC AS A SERVICE* BERBAYAR  
DENGAN METODE *UNIFIED THEORY ACCEPTANCE  
AND USE OF TECHNOLOGY 2***

**SKRIPSI**



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Komputer (S.Kom)

**Jonathan Christopher**

**14110310057**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2018**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan / penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah skripsi yang telah saya tempuh dan status kesarjanaan strata satu yang sudah diterima akan dicabut.

Tangerang, 3 Mei 2018



Jonathan Christopher

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul

"Analisis Tingkat Penerimaan Pengguna Layanan *Music As A Service* Berbayar  
dengan Metode *Unified Theory Acceptance and Use of Technology 2*"

oleh

Jonathan Christopher

telah diujikan pada hari Selasa, 23 April 2018

pukul 13.30 s.d. 14.30 dan dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

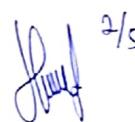


Wella, S.Kom., M.MSI.

  
3/5/18

Johan Setiawan, S.Kom., M.M., M.B.A

Dosen Pembimbing



Marcelli Indriana, S.Kom., M.Sc.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Sistem Informasi – UMN

  
4/5/18

Ririn Ikana Desanti, S.Kom., M.Kom.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Tingkat Penerimaan Pengguna Layanan *Music As A Service* Berbayar dengan Metode *Unified Theory Acceptance and Use of Technology 2*” dapat selesai tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis ajukan kepada Program Strata 1, Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberi beasiswa kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Multimedia Nusantara sehingga dapat membantu meringankan penulis dalam membayar biaya kuliah penulis hingga selesai.

Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis yang selalu mendukung dan menyemangati penulis dalam proses perkuliahan.
2. Ririn Ikana Desanti S.Kom., M.Kom. selaku ketua program studi sistem informasi atas dukungan yang diberikan selama proses pembuatan laporan kerja magang.
3. Marcelli Indriana, S.Kom., M.Sc. yang telah memberikan bimbingan dari awal pembuatan proposal sampai selesai dan nasihat yang diberikan kepada penulis selama proses penggeraan skripsi.

4. Ibu Ning Waskita selaku dosen program studi manajemen pada Universitas Multimedia Nusantara, yang telah memberikan bimbingan mengenai metode yang digunakan dari awal hingga selesai.
5. Teman – teman penulis yang membantu dan menemani penulis selama proses pembuatan laporan kerja magang.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran yang membangun. Semoga penelitian ini dapat memberikan informasi dan inspirasi yang bermanfaat bagi para pembaca.

Tangerang, 5 Mei 2018



Jonathan Christopher

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR RUMUS.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI .....	9
2.1 Digital Music .....	9
2.2 Online Music Service .....	10
2.3 Unified Theory Acceptance and Use of Technology (UTAUT) .....	11
2.4 Unified Theory Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) .....	13
2.5 Perceived Usefulness.....	17
2.6 Search Cost.....	17
2.7 Structural Equation Modelling .....	18
2.8 Variabel – Variabel dalam SEM.....	19

2.9 Tahapan dalam Prosedur SEM .....	20
2.10 Multi Sample (Multiple Group) Approach.....	23
2.11 Penelitian Terdahulu.....	25
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Objek Penelitian .....	29
3.2 Model Penelitian.....	31
3.3 Hipotesis .....	34
3.4 Variabel Penelitian .....	38
3.5 Metode Penelitian.....	38
3.5.1 Pengumpulan Data.....	40
3.5.2 Analisis Structural Equation Modelling .....	43
3.5.3 Uji Hipotesis .....	49
3.5.4 Analisis Multiple Group dalam Structural Equation Modelling.....	50
<b>BAB IV ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Analisa Pengumpulan Data .....	54
4.1.1 Profil Responden.....	54
4.1.2 Pertanyaan Kuesioner .....	55
4.2 Analisa Model dengan Structural Equation Modelling .....	57
4.2.1 Hasil Pembersihan Data.....	58
4.2.2 Analisis Kecocokan Keseluruhan Model.....	59
4.2.3 Analisis Model Pengukuran.....	60
4.2.4 Analisis Model Struktural.....	65
4.3 Analisis Hipotesis.....	67
4.4 Analisis Variabel Moderasi Gender dengan Multiple Group Approach ....	74
4.4.1 Pembagian sampel ke dalam kelompok gender .....	74

4.4.2 Analisis Kecocokan Keseluruhan Model pada setiap Kelompok .....	75
4.4.3 Analisis Multiple Group Model dengan Parameter Kedua Kelompok adalah Sama .....	76
4.4.4 Analisis Multiple Group Model dengan Parameter Berbeda pada Setiap Variabel.....	78
4.4.5 Analisis Statistik Variabel Moderasi Gender .....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	84
LAMPIRAN .....	88



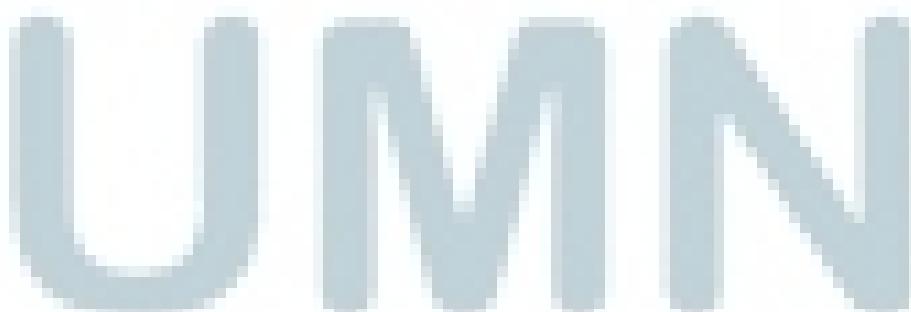
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pasar Musik Digital di Asia .....	3
Gambar 1.2 Aplikasi MaaS Terpopuler di Indonesia.....	4
Gambar 1.3 Pendapatan Berlangganan Music as a Service di Asia.....	6
Gambar 2.1 Value Chain Tradisional dari Industri Musik.....	9
Gambar 2.2 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model .....	12
Gambar 2.3 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model 2 .....	13
Gambar 3.1 JOOX “Live Your Music”.....	29
Gambar 3.2 Model Penelitian Sebelumnya.....	32
Gambar 3.3 Model Penelitian .....	33
Gambar 3.4 Diagram Tahapan Penelitian .....	39
Gambar 3.5 Tahapan Analisis Structural Equation Modelling .....	45
Gambar 4.1 Boxplot Perceived Usefulness.....	58
Gambar 4.2 Standardized Solution Uji Validitas 1 .....	61
Gambar 4.3 Standardized Solution Uji Validitas 2 .....	64
Gambar 4.4 T-Value Structural Model .....	66
Gambar 4.5 Path Diagram Kelompok Laki – Laki dan Perempuan dengan Parameter yang Sama .....	77



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1 Perbandingan SEM dan PLS.....	39
Tabel 3.2 7 Point Likert Scale.....	41
Tabel 3.3 Variabel dan Indikator Kuesioner .....	42
Tabel 3.4 Kelebihan LISREL, AMOS, dan SMART PLS .....	44
Tabel 3.5 Indeks Kelolosan Goodness of Fit .....	46
Tabel 3.6 Hipotesis Penelitian.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik Demografi Responden.....	55
Tabel 4.2 Hasil Jawaban UTAUT2.....	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Goodness of Fit.....	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas .....	65
Tabel 4.6 Hasil Hipotesis Penelitian .....	67
Tabel 4.7 Hasil Uji GOF untuk Kelompok Laki – Laki dan Perempuan.....	75
Tabel 4.8 Perbandingan t-value antar Kelompok Laki – Laki dan Perempuan ....	78
Tabel 4.9 Chi Square dan Degree of Freedom setiap Parameter .....	79
Tabel 4.10 Selisih Nilai Chi Square dan Degree of Freedom setiap Parameter ...	80
Tabel 4.11 Hasil Multiple Group Approach pada Gender .....	80



## **DAFTAR RUMUS**

Rumus 3.1 Construct Reliability .....	48
Rumus 3.2 Variance Extracted.....	48



UMN

**ANALISIS TINGKAT PENERIMAAN PENGGUNA LAYANAN  
*MUSIC AS A SERVICE BERBAYAR DENGAN METODE  
UNIFIED THEORY ACCEPTANCE AND USE OF  
TECHNOLOGY 2***

**ABSTRAK**

Oleh: Jonathan Christopher

Perkembangan teknologi membawa dampak dalam pertumbuhan – pertumbuhan industri. Saat ini industri musik sedang mengalami transisi dari musik fisik ke digital dan hal tersebut membawa efek yang mengubah pola konsumsi musik masyarakat. Perkembangan pasar musik digital di Asia mengalami peningkatan yang cepat dengan adanya *online music service*. Salah satu jenis *online music service* yang terkenal di Indonesia adalah *music as a service* (MaaS). Salah satu layanan MaaS yang terkenal di Indonesia adalah JOOX. Adapun masalah yang dihadapi di Indonesia terhadap layanan MaaS ini yaitu, masih banyak masyarakat Indonesia yang masih tidak mau membayar untuk menggunakan layanan JOOX VIP. Hal tersebut menyebabkan minimnya pengguna layanan MaaS berbayar yang ada di Indonesia. Salah satu cara untuk melihat apakah aplikasi MaaS akan digunakan di masa depan adalah dengan melihat penerimaan penggunanya terhadap aplikasi tersebut

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor - faktor yang mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan layanan MaaS dengan studi kasus aplikasi JOOX VIP. Kerangka berpikir penelitian ini adalah UTAUT2 yang telah dimodifikasi dengan mengubah dan menambahkan konstruk yang ada yaitu, *perceived usefulness*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, dan *search cost* yang akan mempengaruhi *behavioral intention*. Metode untuk menganalisis data yang akan digunakan adalah metode SEM.

Hasil dari kuesioner dengan total 155 responden menunjukkan bahwa *hedonic motivation*, *habit*, dan *search cost* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku pengguna untuk menggunakan MaaS. *Price value* memiliki pengaruh signifikan pada kelompok laki – laki. Dari penelitian ini juga memberikan saran kepada penyedia layanan JOOX VIP untuk fokus dalam melakukan pengembangan dan perluasan dari *library of music* yang mereka miliki, melakukan kerja sama dengan penyedia layanan telekomunikasi, dan sebagainya.

Kata kunci: JOOX VIP, *music as a service*, *structural equation modelling*, UTAUT2.

# **THE USE OF UNIFIED THEORY ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 TO ANALYZE USERS' INTENTION TO SUBSCRIBE PAID MUSIC AS A SERVICE**

## **ABSTRACT**

By: Jonathan Christopher

*The development of technology is making an impact on industry growth. Currently the music industry is on transition from physical music to digital music and it brings an effect that changes the pattern of music consumption in the society. The development of digital music market in Asia has rapidly increased with the existence of online music service. One of the best online music service in Indonesia is music as a service (MaaS) or music streaming. MaaS is a service that uses the freemium model. One of the famous MaaS services in Indonesia is JOOX. The problems faced in Indonesia for MaaS service is, there are still many Indonesians who still do not want to pay to use JOOX VIP service. That problem is causing the lack of paid service users in Indonesia. One way to see if a MaaS application will be used in the future is to look at the user's acceptance of the service.*

*This study aims to determine the factors that influence the intentions of user behavior in using MaaS services with the case studies of JOOX VIP apps. The framework of this research is UTAUT2 that has been modified by altering and adding existing constructs, perceived usefulness, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, and search cost that will influence behavioral intention. The method to analyze the data to be used is SEM method.*

*The results of the questionnaire with a total of 155 respondents indicate that hedonic motivation, habit, and search cost have a significant influence on user's behavior intention to use MaaS. Price value has a significant influence to behavior intention on the male group. The research also provides advice to paying MaaS service providers to focus on developing and expanding their library of music, collaborating with telecommunication providers, and many more.*

*Keywords:* JOOX VIP, music as a service, structural equation modelling, UTAUT2.