

ABSTRAK

Spotify adalah salah satu merek asal Swedia yang bergerak di layanan streaming musik. Merek terkenal Spotify adalah layanan streaming musik yang sangat lengkap dan menyediakan koneksi antara musisi dan para penggemar. Jadi para peneliti bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan seberapa besar analisis faktor dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Spotify. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu kualitas produk (X 1), (X 2) citra, harga (X 3), (X 4)promosi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan adalah persial dan kausal. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, metode analisis dan analisis regresi linier berganda. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling dengan sampel sebanyak 100 responden dan populasi tidak diketahui dengan pasti. Berdasarkan hasil analisis empat variabel independen Variabel (X) yang terdiri dari (X 1), citra merek (X 2)citra (X 3)harga (X 4) promosi terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian dapat dilihat dalam perhitungan koefisien Determinasi (R^2), yaitu sebesar 0,7647 atau 76,473%. Sedangkan sisanya 23,527% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Independen (X) yang terdiri dari promosi kualitas produk (X 1), citra merek (X 2) (X 3)harga (X 4)promosi secara bersamaan dalam efek yang sama atau simultan dari keputusan pembelian layanan streaming musik secara signifikan terhadap Spotify.

Kata kunci: keputusan pembelian, citra merek, harga, promosi.