

Pengaruh pola konsumsi musik pengguna media sosial terhadap keputusan pembelian karya musik bentuk fisik (studi pada pengguna media sosial di Jabodetabek) = Influence of music consumption patterns of social media users decision to purchase physical music works studies in the social media users in Jabodetabek

Ajenk Ningga Citra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20389117&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini meneliti pola konsumsi musik pengguna media sosial dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian karya musik bentuk fisik (Compact Disc). Teori yang digunakan adalah teori uses and gratification dimana pengguna internet, terutama pengguna media sosial dapat bebas memilih cara serta medium yang ingin mereka gunakan dalam mengonsumsi musik dan teori perilaku konsumen. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain eksplanatif, yaitu mencari kejelasan hubungan pengaruh pola sikap konsumsi musik pengguna media sosial terhadap keputusan pembelian karya musik bentuk fisik. Pengujian sendiri dilakukan kepada para pengguna media sosial yang berdomisili di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup lemah antara pola konsumsi pengguna media sosial terhadap keputusan pembelian karya musik bentuk fisik. Untuk itu disarankan agar karya musik dapat dipasarkan dalam format digital agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen.

ABSTRACT

This thesis examines the patterns of music consumption users of social media and its influence on purchasing decisions musical works of physical form (Compact Disc). This thesis used uses and gratification theory where internet users, especially users of social media and can freely choose which medium they want to use to consume music and the theory of consumer behavior.

This research is a quantitative research with explanative design, which sought to clarify the relationship influence the attitude of music consumption patterns of users of social media on purchase decisions musical works of physical form. The test itself is done to the social media users who live in Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi). The results showed that there is a fairly weak relationship between the consumption patterns of users of social media on purchase decisions musical works of physical form. It is recommended that a piece of music can be marketed in digital format in order to reach more consumers.