

Perkembangan online musik streaming sekarang ini semakin tinggi di tengah industri kreatif yang sedang berjalan. Spotify yang menjadi salah satu perusahaan yang bergerak di bidang online musik streaming dan menjadi salah satu perusahaan yang paling dominan diantara pesaing lainnya. Sehingga peneliti menggunakan Spotify Premium sebagai objek penelitian. Melalui data yang diperoleh sejumlah 332 responden yang memenuhi kriteria penelitian, salah satu kriteria responden yaitu merupakan pengguna aktif atau setidaknya pernah menggunakan layanan Spotify Premium dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan seseorang mengkonsumsi kembali produk yang sama dikemudian hari. Apakah faktor nilai kegunaan, sosial, emosional, kebaruan dan kondisional berpengaruh signifikan pada kepuasan pembelian konsumen untuk membeli ulang layanan Spotify Premium.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan non-probability sampling dengan cara purposive sampling. metode analisis regresi linear sederhana dan berganda digunakan dalam penelitian ini.

Temuan pada penelitian ini menyebutkan bahwa nilai kegunaan, sosial, emosional, kebaruan dan kondisional berpengaruh signifikan pada kepuasan pembelian untuk membeli ulang layanan Spotify Premium.

Kata kunci : nilai kegunaan, nilai sosial, nilai emosional, nilai kebaruan, nilai kondisional, kepuasan pembelian dan niat pembelian ulang.

## ABSTRACT

*The development of online music streaming is currently getting higher in the midst of the ongoing creative industry. Spotify is one of the companies engaged in online music streaming and the most dominant companies among other competitors. So that researcher used Spotify Premium as an object of research. Through the data obtained by a number of 332 respondents with purposive sampling. Researchers aim to identify the factors that cause a person to re-consume the same product in the future. Do the factors of functional, social, emotional, epistemic and conditional value have a significant effect on consumer purchase satisfaction to repurchase the Spotify Premium service.*

*In this study, researcher used a quantitative research non-probability sampling method with purposive sampling. Simple and multiple linear regression analysis methods were used in this study.*

*The findings in this study indicate that the value of functional, social, emotional, epistemic and conditional has a significant effect on purchase satisfaction to repurchase the Spotify Premium service.*

*Keywords : functional value, social value, emotional value, epistemic value, conditional value, purchase satisfaction and repurchase intention.*