

PENGARUH *SERVICE CONVENIENCE*, *SERVICE SOPHISTICATION*, DAN *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KESEDIAAN UNTUK MEMBAYAR HARGA PREMIUM PADA LAYANAN PREMIUM *STREAMING* MUSIK

(Studi pada Pelanggan Layanan Premium *Streaming* Musik di Kota Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

MUHAMMAD ARYA NURRAFI
NIM. 12010118140219

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025