

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *PRICE*, DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NETFLIX
(Studi pada Pengguna Netflix di Banjarmasin)**



Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

AHRA REZKY AHMAD NURMAULA

NIM: 1810312310061

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2023

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *PRICE*, DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NETFLIX
(Studi pada Pengguna Netflix di Banjarmasin)**

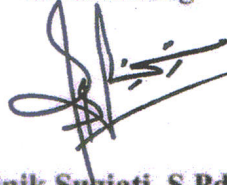
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

AHRA REZKY AHMAD NURMAULA

NIM. 1810312310061

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada Senin, 11 Desember 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



Dr. Tinik Sugiati, S.Pd, MM
NIP. 19750807 200604 2 002

Penguji I



H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si,
AK, CA, ACPA
NIP: 19700209 199303 1 003

Penguji II



Arief Budiman, SE,
MMKTG, PH.D, CPM (Asia)
NIP: 19760122 200012 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Program Studi Manajemen



Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si,
CMA, CPM (Asia)

NIP. 19730727 200112 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

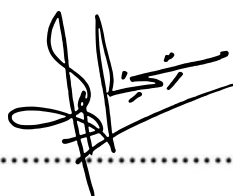
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Ahra Rezky Ahmad Nurmaula
NIM : 1810312310061
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Price*, dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Netflix (Studi pada Pengguna Netflix di Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Senin, 11 Desember 2023
Waktu Ujian : 09.00 WITA

Tim Penguji

Pembimbing : Dr. Tinik Sugiati, S.Pd, MM


(.....)

**Penguji I : H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK,
CA, ACPA**


(.....)

**Penguji II : Arief Budiman, SE, MMKTG, PH.D,
CPM (Asia)**


(.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

Nama : Ahra Rezky Ahmad Nurmaula
NIM : 1810312310061
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word of Mouth, Price, dan Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Netflix (Studi pada Pengguna Netflix di Banjarmasin)
Hari/Tanggal : Senin/11 Desember 2023
Tempat : *Online*
Waktu Ujian : 09.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji. Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Dosen Pembimbing.

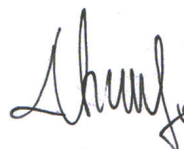
Banjarmasin, 11 Desember 2023

Dosen Pembimbing



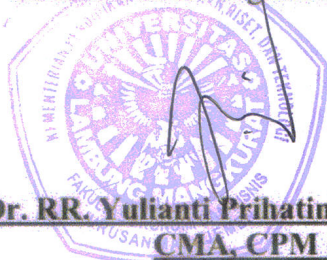
Dr. Tinik Sugiati, S.Pd, MM
NIP. 19750807 200604 2 002

Mahasiswa



Ahra Rezky Ahmad Nurmaula
NIM. 1810312310061

Mengetahui,
Ketua Jurusan Program Studi Manajemen



Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si,
CMA, CPM (Asia)
NIP. 19730727 200112 2 001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah di publikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 11 Desember 2023

Yang membuat pernyataan,



Ahra Rezky Ahmad Nurmaula

NIM. 1810312310061

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT berkat rahmat dan karuniaNya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth, Price, dan Brand Trust Terhadap Pembelian Netflix (Studi pada Pengguna Netflix di Banjarmasin)*”**. Shalawat serta salam senantiasa tercurah pada baginda Nabi Besar Muhammad SAW, yang membawa cahaya dalam kehidupan manusia untuk mencapai ridho-Nya.

Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar sarjana S1 Manajemen. Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini tentunya saya mengalami banyak sekali hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua, ayah saya Ahsan Noor dan ibu saya Raudhatul Haura yang senantiasa menemani dan memberikan dukungan tidak terkira disetiap perjalanan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa juga saya ucapkan terima kasih kepada kakak saya yaitu Sandra Diena Nur Qamira yang senantiasa memberikan nasehat kepada saya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Dr. Tinik Sugiati, S.Pd, MM selaku dosen pembimbing skripsi saya, yang telah sabar dan mau meluangkan tenaga, waktu, serta pikiran dalam membimbing saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi saya.

5. Bapak H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA dan Bapak Arief Budiman, SE, MMKTG, PH.D, CPM (Asia) selaku Dosen Penguji dalam ujian skripsi yang telah membantu dalam penyempurnaan skripsi ini
6. Ibu Maya Sari Dewi, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu, memberikan saran, dan memotivasi saya selama masa perkuliahan berlangsung.
7. Sahabat-sahabat saya selama masa kuliah Nurul, Titi, Tia, Dyah, Ana, Daffa, Marco, dan Donny yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya.
8. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis tuliskan satu-persatu, terimakasih atas bantuan, dukungan, dan doa yang telah diberikan kepada penulis.

Semoga segala kebaikan, bantuan, dan jasa kalian akan dibalas oleh Allah SWT. Saya menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu saya sangat menghargai saran dan masukan yang bersifat membangun demi melengkapi kekurangan dan keterbatasan dalam proses penulisan skripsi ini. Saya berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Banjarmasin, 11 Desember 2023
Peneliti,



Ahra Rezky Ahmad Nurmaula
1810312310061

ABSTRACT

Ahra Rezky Ahmad Nurmaula (2023). *The Effect of Electronic Word of Mouth, Price, and Brand Trust toward Purchase Decision of Netflix (Study on Netflix Users in Banjarmasin). Management Studies Program. Faculty of Economics and Business. Lambung Mangkurat University. Advisor: Tinik Sugiyati.*

Netflix is a famous video on demand service in the world. Netflix is the number 1 most popular video on demand service in Indonesia. This research aims to analyze: (1) the effect of electronic word of mouth toward purchase decision of Netflix, (2) the effect of price toward purchase decision of Netflix, (3) the effect of brand trust toward purchase decision of Netflix.

This type of research is quantitative research. The population is people in Banjarmasin who at least 17 years old and has purchased a Netflix subscription package. The data is collected from 100 respondents. Sampling technique used in this study is purposive sampling using questionnaires. Data analysis technique using multiple linear regression analysis.

The research has found (1) electronic word of mouth has a significant effect toward purchase decision of Netflix, (2) price has a significant effect toward purchase decision of Netflix, (3) brand trust has a significant effect toward purchase decision of Netflix.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Price, Brand Trust, Purchase Decision

ABSTRAKSI

Ahra Rezky Ahmad Nurmaula (2023). Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Price*, dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Netflix (Studi pada Pengguna Netflix di Banjarmasin). Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing: Tinik Sugiati.

Netflix adalah layanan *video on demand* yang terkenal di dunia. Netflix merupakan layanan *video on demand* nomor 1 yang paling diminati di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian Netflix, (2) pengaruh *price* terhadap keputusan pembelian Netflix, (3) pengaruh *brand trust* terhadap keputusan pembelian Netflix.

Jenis penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang berdomisili di Banjarmasin berusia minimal 17 tahun dan pernah membeli paket berlangganan Netflix. Data dikumpulkan dari 100 orang responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Netflix, (2) *price* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Netflix, (3) *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Netflix.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, *Price*, *Brand Trust*, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 <i>Electronic Word of Mouth</i>	18
2.1.2 <i>Price</i>	19
2.1.3 <i>Brand Trust</i>	23
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	26
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	33
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	37
3.1 Kerangka Konseptual	37
3.2 Hipotesis	37
BAB IV METODE PENELITIAN	42
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	42
4.2 Jenis Penelitian	42
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian	43
4.4 Unit Analisis.....	43

4.5	Populasi dan Sampel	43
4.5.1	Populasi	43
4.5.2	Sampel.....	43
4.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	45
4.6.1	Variabel Independen (Variabel Bebas)	45
4.6.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	46
4.6.3	Definisi Operasional Variabel.....	46
4.7	Teknik Pengumpulan Data	47
4.7.1	Kuesioner	47
4.8	Teknik Analisis Data	49
4.8.1	Statistik Deskriptif	49
4.8.2	Uji Validitas	49
4.8.3	Uji Reliabilitas	50
4.8.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.8.5	Uji Asumsi Klasik.....	52
4.8.6	Uji Hipotesis	55
BAB V	PENELITIAN DAN ANALISIS	58
5.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
5.1.1	Profil Perusahaan Netflix	58
5.1.2	Harga Paket Berlangganan Netflix.....	60
5.1.3	Perjalanan Perusahaan Netflix	60
5.2	Hasil dan Analisis.....	64
5.2.1	Karakteristik Responden	64
5.2.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	69
5.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Intrusmen Penelitian	73
5.2.4	Analisis Data	75
5.2.5	Uji Hipotesis (Uji t).....	83
5.2.6	Pembahasan Hasil Penelitian	85
5.2.7	Implikasi Hasil Penelitian	89
5.2.8	Keterbatasan Penelitian	95
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
6.1	Kesimpulan.....	96
6.2	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	99	
LAMPIRAN.....	103	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	33
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 4.2 Interval Skala <i>Likert</i>	49
Tabel 5.1 Paket Berlangganan Netflix	60
Tabel 5.2 Perjalanan Perusahaan Netflix	61
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	66
Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
Tabel 5.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	67
Tabel 5.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	68
Tabel 5.9 Rekapitulasi Jawaban Variabel EWOM	69
Tabel 5.10 Rekapitulasi Jawaban Variabel <i>Price</i>	70
Tabel 5.11 Rekapitulasi Jawaban Variabel <i>Brand Trust</i>	71
Tabel 5.12 Rekapitulasi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	72
Tabel 5.13 Hasil Uji Validasi.....	73
Tabel 5.14 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 5.15 Hasil Uji Normalitas	76
Tabel 5.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 5.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel 5.18 Hasil Uji Linearitas	78
Tabel 5.19 Hasil Analisis Regresi Berganda	79
Tabel 5.20 Interpretasi Nilai R.....	81
Tabel 5.21 Hasil Uji t	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2	Perbandingan Pengguna Platform Streaming Video di Indonesia ...	4
Gambar 1.3	Data Platform Streaming Video Favorit di Banjarmasin	5
Gambar 1.4	Data Jumlah Pengguna Netflix di Banjarmasin	6
Gambar 1.5	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Netflix	7
Gambar 1.6	Data Jumlah Pelanggan Baru Netflix	8
Gambar 1.7	Data Jumlah Pelanggan Netflix (Q2 2021-Q1 2022).....	9
Gambar 1.8	Rentang Harga Langganan Platform Streaming Video per Bulan ...	10
Gambar 3.1	Kerangka Konseptual Penelitian	37
Gambar 5.1	Simbol dan Logo Netflix.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	107
Lampiran 3. Analisis Deskriptif.....	109
Lampiran 4. Output SPSS.....	117
Lampiran 5. r Tabel, f Tabel, dan t Tabel.....	125