PENGARUH GAYA HIDUP, IKLAN DIGITAL, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI APLIKASI NETFLIX

(Studi Pada Generasi Z di Tangerang Selatan)

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

AGUS ALFIANTO
43122010079

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH GAYA HIDUP, IKLAN DIGITAL, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI APLIKASI NETFLIX

(Studi Pada Generasi Z di Tangerang Selatan)

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

AGUS ALFIANTO
43122010079

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Agus Alfianto
NIM	:	43122010079
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
"Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Digital, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Aplikasi Netflix (Studi Pada Generasi Z Di Tangerang Selatan" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 31 Juli 2026



Agus Alfianto

lib.mercubuana.ac.id

MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: AGUS ALFIANTO
NIM	: 43122010079
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH GAYA HIDUP, IKLAN DIGITAL, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI APLIKASI NETFLIX (Studi Pada Generasi Z di Tangerang Selatan)
Hasil Pengecekan Turnitin	: 19%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **19%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 21 August 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Agustus/21/0000001205/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Agus Alfianto
NIM	:	43122010079
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH GAYA HIDUP, IKLAN DIGITAL, DAN PROMOSI, TERHADAP MINAT BELI APLIKASI NETFLIX (Studi Pada Generasi Z Di Tangerang Selatan)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 03 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Daru Asih, M.Si
NIDN/NUPTK: 0313037102

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-07266472

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi yang berjudul **"Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Digital, dan Promosi terhadap Minat Beli Aplikasi Netflix (Studi Pada Generasi Z di Tangerang Selatan)"**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Assoc. Prof. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Kepada Ibu tercinta, Efi Nurhidayati, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan melalui kasih sayang, doa, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti. Terima kasih atas setiap perjuangan dan semangat yang diberikan hingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana. Pencapaian ini tidak terlepas dari doa dan perjuangan Ibu.
5. Teristimewa kepada Ayah tercinta, Almarhum Sumardji Tarno, yang semasa hidupnya senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan, nasihat, dan semangat kepada penulis. Meskipun kini telah tiada, setiap doa, pengorbanan, dan nilai-nilai kehidupan yang telah beliau tanamkan akan selalu menjadi sumber kekuatan dan motivasi bagi penulis dalam

lib.mercubuana.ac.id

menyelesaikan pendidikan hingga memperoleh gelar sarjana dan menjalani kehidupan. Pencapaian ini penulis persembahkan dengan penuh cinta dan rasa hormat sebagai bentuk terima kasih atas segala kebaikan dan perjuangan beliau semasa hidup.

6. Kepada teman yang membersamai penulis sejak SMP, Raihan Zain, Yudhistira, Akbar Rezha. Dan tidak lupa teman SMA yang membersamai penulis dan banyak menolong penulis, Naufal Zuhdi & Fauzan Kartanegara.
7. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen.
8. Teman-teman penulis di program studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana angkatan (2022) yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
9. Kepada diri sendiri yang selalu bertahan, berusaha untuk melawan rasa malas, sedih, kecewa sehingga mampu bangkit kembali dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta yang masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta 05 Mei 2026

Agus Alfianto

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Agus Alfianto
NIM	:	43122010079
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Digital,dan Promosi Terhadap Minat Beli Aplikasi Netflix (Studi Pada Generasi Z di Tangerang Selatan)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 September 2026
Yang menyatakan,



Agus Alfianto

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH GAYA HIDUP, IKLAN DIGITAL, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI APLIKASI NETFLIX

(Studi Pada Generasi Z di Tangerang Selatan)

AGUS ALFIANTO

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yakni melakukan pengujian serta analisis perihal pengaruh pada gaya hidup, iklan digital, dan promosi terhadap minat beli pada aplikasi Netflix. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif. Populasi penelitian berupa Generasi Z di kota Tangerang Selatan yang mengetahui aplikasi Netflix. Total sampel pada penelitian ini mencapai 120 responden. Metode penarikan sampel menerapkan purposive sampling, dengan kriteria responden yang dipilih yaitu Gen Z kelahiran 1997-2008 berdomisili di kota Tangerang Selatan dan mengetahui aplikasi Netflix. Form kuesioner online dimanfaatkan menjadi metode dalam mengumpulkan data. Metode analisis data menggunakan PLS-SEM dengan menggunakan perangkat SmartPls 4.0. Temuan yang didapat yakni gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat aplikasi Netflix. Iklan digital berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli aplikasi Netflix, promosi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli aplikasi Netflix.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Kata kunci: Gaya Hidup, Iklan Digital, Promosi Dan Minat Beli.

lib.mercubuana.ac.id

THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, DIGITAL ADVERTISING, AND PROMOTION ON PURCHASE INTENTION TOWARDS THE NETFLIX APPLICATION

(A Study of Generation Z in South Tangerang)

AGUS ALFIANTO

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of lifestyle, digital advertising, and promotion on purchase intention toward the Netflix application. This research employed a quantitative approach. The population of this study consisted of Generation Z individuals in South Tangerang City who were familiar with the Netflix application. A total of 120 respondents were selected as the sample. The sampling technique used was purposive sampling, with the criteria that respondents were members of Generation Z born between 1997 and 2008, resided in South Tangerang City, and were familiar with the Netflix application. Data were collected through an online questionnaire. The data were analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS 4.0 software. The results indicate that lifestyle has a positive and significant effect on purchase intention toward the Netflix application. Digital advertising has a positive but insignificant effect on purchase intention toward the Netflix application, while promotion has a positive but insignificant effect on purchase intention toward the Netflix application.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Keywords: *Lifestyle, Digital Advertising, Promotion And Purchase Intention,*

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.2 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 17
1.3 Tujuan Penelitian 18
1.4 Kontribusi Penelitian 18
1.4.1 Kontribusi Praktis 18
1.4.2 Kontribusi Teoritis 19
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **20**
2.1 Kajian Pustaka 20
2.1.1 Manajemen Pemasaran 20
2.1.2 Minat Beli 23
2.1.3 Gaya Hidup 26
2.1.4 Iklan Digital 30
2.1.5 Promosi 32
2.2 Penelitian Terdahulu 35
2.3 Pengembangan Hipotesis Antar Variabel 67
2.3.1 Pengaruh Gaya hidup Terhadap Minat Beli 67
2.3.2 Pengaruh Iklan Digital Terhadap Minat Beli Konsumen 68
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen 69
BAB III METODE PENELITIAN **72**

lib.mercubuana.ac.id

3.1 Waktu Dan Tempat Penelitian 72
3.2 Desain Penelitian 72
3.3 Definisi Dan Operasionalisasi Variabel 73
3.3.1 Definisi Variabel 73
3.3.2 Operasionalisasi Variabel 75
3.4 Skala Pengukuran Variabel 79
3.5 Populasi Dan Sampel Penelitian 80
3.6 Metode Pengumpulan Data 81
3.7 Metode Analisis Data 81
3.7.1 Statistik Deskriptif 82
3.7.2 PLS (Partial Least Square) 82
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 87
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 87
4.2 Statistik Deskriptif 88
4.2.1 Deskripsi Responden 88
2. Deskripsi Variabel 91
4.3 Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS) 97
4.3.1 Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model) 97
4.3.2. Hasil Pengukuran Model Struktural/Uji Hipotesis *(Inner Model)* 105
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 109
4.4.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli 109
4.4.2 Pengaruh Iklan Digital Terhadap Minat Beli 110
4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli 111
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 112
5.1 SIMPULAN 112
5.2 SARAN 113
5.2.1 Saran Praktis 113
5.2.2 Saran Akademis 114
DAFTAR PUSAKA 115
LAMPIRAN 122

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survei.....15
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....35
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel..... 75
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert.....79
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....89
Tabel 4.2 Tahun Kelahiran Responden.....90
Tabel 4.3 Responden Yang Mengetahui Aplikasi Netflix.....90
Tabel 4.4 Domisili.....91
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli.....92
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Variabel Gaya Hidup.....93
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Iklan Digital.....95
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi.....96
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Convergent Validity.....98
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)..... 100
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings)..... 102
Tabel 4.12 Hasil Pengujian AVE..... 103
Tabel 4.13 Discriminant Validity (Fornell Larcker)..... 104
Tabel 4.14 Construct Reliability and Validity..... 105
Tabel 4.15 Hasil Uji Nilai R-Square..... 106
Tabel 4.16 Hasil Uji F-Square..... 106
Tabel 4.17 Hasil Uji Q-Square..... 107
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis..... 108

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Kondisi Digital Indonesia Tahun 2025.....3
Gambar 1.2 Grafik 10 Negara Paling Sering Belanja Online.....6
Gambar 1.3 Jenis Konten Yang Dibeli Konsumen Indonesia Setiap Bulan.....8
Gambar 1.4 Aplikasi Video Yang Sering Digunakan Warga RI (Januari 2024).....9
Gambar 1.5 Iklan Netflix Lelucon Tentang " Reza lagi Reza lagi".....12
Gambar 1.6 Promosi Paket Bundling Netflix.....13
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....71
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS.....99
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)..... 101
Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstraping..... 109

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....122
Lampiran 2.Hasil Output Kuesioner Kuesioner.....127

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id