

**“PENGARUH CITRA MEREK, *CONTENT MARKETING* DAN
E-WOM TERHADAP MINAT BELI LAYANAN PLATFORM
MEDIA STREAMING DIGITAL DISNEY PLUS HOTSTAR
INDONESIA”**

SKRIPSI



**PROGRAM S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

**“PENGARUH CITRA MEREK, *CONTENT MARKETING* DAN
E-WOM TERHADAP MINAT BELI LAYANAN PLATFORM
MEDIA STREAMING DIGITAL DISNEY PLUS HOTSTAR
INDONESIA”**

Skripsi diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen

S1 Universitas Mercu Buana



Nama : Nida Shofia

NIM : 43118110177

**PROGRAM S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022

SKRIPSI

“PENGARUH CITRA MEREK, *CONTENT MARKETING* DAN
E-WOM TERHADAP MINAT BELI LAYANAN PLATFORM MEDIA
STREAMING DIGITAL DISNEY PLUS HOTSTAR INDONESIA”

Oleh:

Nida Shofia

NIM: 43118110177

Disetujui untuk Ujian Akhir Skripsi pada Tanggal :

26 Juli 2022

Disetujui

1. Febrina Mahliza, S.E., M.Si Pembimbing (.....) 
2. Evawati Khumaedi, Dra. M.Si Dosen Tugas Akhir (.....) 

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LEMABAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nida Shofia
Nim : 43118110177
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, *Content Marketing* dan e-WOM
Terhadap Minat Beli Layanan Platform Media *Streaming*
Digital Disney Plus Hotstar Indonesia

Tanggal Lulus Ujian : Kamis, 06 Oktober 2022

LPTA 10221679



Please Scan QRCode to Verify

Disahkan oleh :

Pembimbing

Handwritten signature of Febrina Mahliza.

Febrina Mahliza, S.E., M.Si

Ketua Pengaji

Handwritten signature of Dr. Janfry Sihite.

Dr. Janfry Sihite, SE, MSM

Tanggal : 12 Oktober 2022

Tanggal : 12 Oktober 2022

Dekan

Handwritten signature of Dr. Erna Sofriana Imaningsih.

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si.,

Tanggal : 17 Oktober 2022

Ketua Program Studi

S1 Manajemen

Handwritten signature of Dr. H. Sonny Indrajaya.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM.,

Tanggal : 17 Oktober 2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nida Shofia

Nim : 43118110177

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplak).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Mei 2022



Nida Shofia

NIM : 43118010177

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Penulis panjatkan puja dan puji syukur atas kehadirat-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan proposal penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek, *Content Marketing* dan e-WOM Terhadap Minat Beli Layanan Platform Media *Streaming* Digital Disney Plus Hotstar Indonesia”.

Penyusunan laporan proposal penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Universitas Mercu Buana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen. Penyusunannya dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing dalam menyelesaikan Proposal Skripsi ini, antara lain:

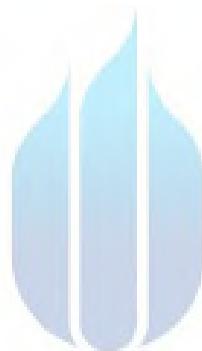
1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM., Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Bapak Eri Marlapa, SE, MM., Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
5. Ibu Febrina Mahliza, S.E., M.Si. Dosen pembimbing, terima kasih

banyak sudah meluangkan waktu serta memberikan pengarahan dan bimbingan yang begitu berarti demi suksesnya skripsi ini.

6. Ibu Evawati Khumaedi, Dra. M.Si, Dosen Tugas Akhir, terima kasih atas bimbingan, saran dan motivasi selama kegiatan pembelajaran
7. Bapak Dr. Janfry Sihite, SE, MSM, Ketua Penguji sidang skripsi, terima kasih atas saran dan bimbingannya.
8. Ibu Dr. Rina Astini, MM., CPM, Anggota Penguji II sidang skripsi, terima kasih atas saran dan bimbingannya.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, khususnya seluruh dosen peminatan Manajemen yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat berguna serta bermanfaat kepada penulis.
10. Kedua orang tua beserta keluarga yang senantiasa memberi doa, semangat dan nasihat kepada penulis.
11. Ira, Yuda, Mira teman yang selalu memberikan pesan dan kesan selama penulis menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
12. Nadia, Tika, Bunga, Andhika dan Melawati, teman seperjuangan selama proses pembuatan skripsi.
13. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2018.
14. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu – persatu yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan laporan penelitian ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan proposal penelitian ini. Untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk membantu penulis dalam memperbaiki kekurangan yang ada ,sehingga penulis dapat menyempurnakan proposal penelitian ini.

Akhirnya penulis berharap semoga penyusunan proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca sebagai pengetahuan dan pembelajaranyang berguna.



Jakarta, 13 Mei 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Shofia".

Nida Shofia

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMABAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	15
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Kontribusi Penelitian.....	16
BAB II.....	18
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	18
A. Kajian Pustaka.....	18
1. Manajemen Pemasaran.....	18
2. Perilaku Konsumen	22

3. Minat Beli.....	25
4. Citra Merek	30
5. <i>Content Marketing</i>	34
6. <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM).....	39
7. Penelitian-penelitian terdahulu.....	42
B. Hubungan Antar Variabel	50
C. Kerangka konseptual	51
D. Hipotesis.....	52
BAB III	53
METODE PENELITIAN	53
A. Waktu dan Tempat Penelitian	53
B. Desain Penelitian	54
C. Definisi dan Operasional Variabel	54
D. Skala Pengukuran Variabel	60
E. Populasi dan Sampel	61
F. Metode Pengumpulan Data	63
G. Metode Analisis Data	65
BAB IV	77
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	77
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	77
B. Statistik Deskriptif.....	78
1. Deskriptif Responden	78
2. Deskriptif Variabel	84
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	91

1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	92
2. Evaluasi Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	101
D. Pembahasan dan Hasil Penelitian	108
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli.	108
2. Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Minat Beli.....	110
3. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli.....	111
BAB V.....	113
KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
1. Kesimpulan.....	113
2. Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	126
SURVEY PENELITIAN DAN HASIL PLS	126



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alokasi Waktu Masyarakat Indonesia Selama Pandemi.....	2
Gambar 1. 2 Kepuasan dalam menggunakan <i>Video On Demand</i> (VOD).....	5
Gambar 1. 3 Logo Disney Plus Hotstar	7
Gambar 1. 4 Jumlah Pelanggan Disney Plus Hotstar Di Indonesia	8
Gambar 4. 1 Hasil Alogaritma PLS	93
Gambar 4. 2 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	106



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Perbandingan jumlah pengguna platform Streaming digital	6
Tabel 1. 2 Pra Survey	13
Tabel 2. 1 Penelitian Terhadulu	42
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	57
Tabel 3. 2 Tingkatan Jawaban dengan Skala <i>Likert</i>	60
Tabel 3. 3 Rule of Thumb <i>Validitas Outer Model Reflektif</i>	71
Tabel 3. 4 Rule of Thumb <i>Realibilitas Outer Model Reflektif</i>	73
Tabel 3. 5 Rule of Thumb <i>Inner Model</i>	75
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	80
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	82
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal	83
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	84
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Content Marketing</i>	86
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel e-WOM.....	88
Tabel 4. 9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli.....	90
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	94
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	95
Tabel 4. 12 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	98
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (Fornell-Larcker)	98

Tabel 4. 14 Hasil Pengujian <i>Heterotrait-Monotrait Ratio Of Correlation</i> (HTMT)	99
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	101
Tabel 4. 16 Hasil Nilai Uji Nilai R-square (R^2).....	102
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian <i>Effect Size f2</i>	103
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Q2 <i>Predictive Relevance</i>	104
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Hipotesis	107



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	127
Lampiran 2 Survey Hasil Penelitian dan PLS.....	134

