

**PENGARUH KUALITAS KONTEN, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KEPADA MEDIA LAYANAN *VIDEO STREAMING* NETFLIX DI
JAKARTA SELATAN**

(Studi Kasus Netflix di Jakarta Selatan)

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Evia Ningsih
NIM : 43119010393

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH KUALITAS KONTEN, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MEDIA LAYANAN *VIDEO STREAMING*
NETFLIX DI JAKARTA SELATAN**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Evia Ningsih
NIM 43119010393

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Evia Ningsih
Nim : 43119010393
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa hasil 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 proposal skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2023



Evia Ningsih

NIM: 43119010393

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Evia Ningsih
NIM : 43119010393
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS KONTEN, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEPADA MEDIA LAYANAN STREAMING NETFLIX DI JAKARTA SELATAN
Tanggal Sidang : 19 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Nico Alexander Vizano, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 10233250



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh kualitas konten, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian pada media layanan *video streaming* Netflix di Jakarta Selatan**” dengan baik dan selesai tepat waktu. Penelitian skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan kelulusan dan memperoleh gelar Strata 1 (S1) pada mata kuliah skripsi Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penelitian skripsi ini disusun dengan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, tdk lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang mendukung dan membantu proses penulisan skripsi ini:

1. Bapak Dr. Nico Alexander Vizano, M.M., selaku Dosen Pembimbing
2. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Staff dosen, staff pengajar, staff perpustakaan, staff administrasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana dengan dedikasi dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu untuk membimbing kami.
6. Kedua orang tua terkasih yang tak hentinya memberikan dukungan doa, inspirasi, dan kepercayaan yang tak terhitung nilainya serta semua dukungan baik moral maupun material.
7. Teman-teman terdekat, yang selalu memberikan semangat dan dukungan terhadap Penulis agar dapat lulus sidang dan wisuda bersama.
8. Teman Manajemen S1 Angkatan 2019 yang memberikan semangat dan motivasi untuk dapat menyelesaikan Proposal Penelitian tepat waktu.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dan tidak dapat disebutkan satu persatu namanya.
10. Seluruh responden yang telah bersedia dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian untuk menyusun skripsi ini.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan oleh seluruh pihak yang disebutkan diatas mendapatkan berkah yang berlimpah dari Allah SWT. Selanjutnya, dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih jauh

dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, penulis berharap kepada pembaca berupa masukan berupa saran untuk membangun. Semoga skripsi yang disusun oleh penulis dapat menambah wawasan baru bagi pembaca dan bagi semua pihak.

Jakarta, 27 Agustus 2023



Evia Ningsih



DAFTAR ISI

HALAMANJUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang Penelitian.....	1
2. Perumusan Masalah Penelitian.....	13
3. Tujuan Penelitian	13
4. Kontribusi Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Pustaka	15
1. Theory Of Planned Behavior	15
2. Kajian Penelitian Terdahulu	15
3. Pengembangan Hipotesis.....	17
4. Kerangka Konseptual.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	21
B. Desain Penelitian.....	21
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	21
1. Definisi Variabel.....	21
D. Skala Pengukuran Variabel.....	24
E. Populasi dan Sampel Penelitian	24
1. Populasi Penelitian	24

2.	Ukuran Sampel Penelitian	24
F.	Metode Pengumpulan Data	25
G.	Metode Analisis Data	26
1.	Analisis Deskriptif	26
2.	Uji Instrumen	27
1.	Coefficient Of Determination (R-Square atau R²)	30
2.	Path Coefficients.....	30
3.	Uji Signifikansi Model (Uji-F)	30
H.	Uji Hipotesis (Uji T).....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		33
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	33
1.	Analisis Statistik Deskriptif	34
2.	Deskriptif Karakteristik Responden	34
B.	Hasil Pengujian Instrumen	37
1.	Uji Validitas	37
2.	Uji Reliabilitas	41
3.	Partial Least Square (PLS)	42
	Uji Signifikansi Model (Uji-F)	44
	Uji Hipotesis	45
C.	Pembahasan Hasil Penelitian	48
1.	Pengaruh Kualitas Konten terhadap Keputusan Pembelian.....	48
2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	48
3.	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		50
A.	Simpulan.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....		52
LAMPIRAN KUESIONER		54

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu (Jurnal Nasional & Inter)	32
3.1	Operasional dan Pengukuran Variabel.....	51
3.2	Kriteria Sampel Penelitian	53
3.3	Sampel Penelitian	53
4.1	Daftar Objek Penelitian	71
4.2	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	72
4.3	Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
4.5	Hasil Uji <i>Common Effect Model</i>	76
4.6	Hasil Uji <i>Fixed Effect Model</i>	78
4.7	Hasil Uji <i>Random Effect Model</i>	80
4.8	Hasil Uji <i>Chow</i>	82
4.9	Hasil Uji <i>Hausman</i>	83
4.10	Hasil Uji Pengujian Pemilihan model Data Panel.....	84
4.11	Hasil Uji F	84
4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	85
4.13	Hasil Uji t dengan Estimasi <i>Fixed Effect Model</i>	87

MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Rata-rata Nilai Perusahaan (PBV) Sektor <i>Properties</i> dan <i>Real Estate</i> Yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021.....	5
2.1	Rerangka Konseptual.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.1	Tabulasi (PBV) Data Sektor <i>Properties</i> dan <i>Real Estate</i>	117
1.2	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	119

