

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAYANAN NETFLIX**

(Studi Kasus Pada Pelanggan Netflix di Kabupaten Tangerang)

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Martin Sugi Damian

NIM : 43116120378

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAYANAN NETFLIX**

(Studi Kasus Pada Pelanggan Netflix di Kabupaten Tangerang)

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



Nama : Martin Sugi Damian

NIM : 43116120378

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Martin Sugi Damian

NIM : 43116120378

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Oktober 2023



Martin Sugi Damian

43116120378

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Martin Sugi Damian
NIM : 43116120378
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Kepercayaan Pelanggan, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Netflix
Tanggal Sidang : 5 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233128



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan yang maha esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Promosi, Kepercayaan Pelanggan, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Netflix”** Skripsi ini merupakansyarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Eri Marlapa, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti panjatkan puji syukur kekuatan Tuhan yang maha esa yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kepada orang tua tercinta yang selalu memberikan doa tiada henti, dukungan serta motivasi kepada penulis.
6. Kepada kakak saya Venska Damian & Piter yang tiada hentinya selalu

menghibur dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

7. Kepada Siska yang selalu memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.
8. Kepada semua pihak yang tidak dapat di sebutkan oleh penulis secara satu persatu yang telah banyak dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 10 Oktober 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Martin Sugi Damian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	10
1. Manajemen	10
2. Manajemen Pemasaran.....	10
3. Perilaku Konsumen	11
4. Promosi.....	14
5. Kepercayaan Pelanggan	17
6. <i>Brand Image</i>	19
7. Keputusan Pembelian.....	22
8. Penelitian Terdahulu.....	23
B. Pengembangan Hipotesis	27
1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	27
2. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	28
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	31
B. Desain Penelitian	31
C. Definisi Variabel dan Operasional Variabel.....	31
D. Skala Pengukuran	33
E. Populasi dan Sampel Penelitian	34
1. Populasi Penelitian.....	34
2. Sampel Penelitian	34

F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Metode Analisis Data	35
1. Statistik Deskriptif	35
2. <i>Partial Least Squares</i>	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	39
1. Sejarah Netfilx	39
3. Karakteristik Responden	40
B. Hasil Perhitungan	42
1. Statistik Deskriptif.....	42
2. Evaluasi Measurement Model (Outer Model)	47
3. Evaluasi Model Stuktural (Inner Model).....	54
C. Pembahasan	57
1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	57
2. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	58
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Pra Survei Penelitian	4
2.1	Penelitian Terdahulu	23
3.1	Operasional Variabel.....	33
3.2	Skala Likert	34
3.3	Syarat Uji Validitas	36
3.4	Syarat Uji Reliabilitas	37
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan	42
4.4	Statistik Deskriptif Promosi	43
4.5	Statistik Deskriptif Kepercayaan Pelanggan	44
4.6	Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	45
4.7	Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	46
4.8	Syarat Uji Validitas	47
4.9	<i>Outerloading</i> Belum Valid	49
4.10	<i>Outerloading</i> Valid.....	51
4.11	Average Variance Extracted (AVE).....	51
4.12	Fornell-Larcker Criterion	52
4.13	Cross Loading.....	52
4.14	Uji Reliabilitas	53
4.15	Koefisien Determinasi (R^2)	54
4.16	F-square	55
4.17	Nilai Q-Square	55
4.18	Uji Hipotesis.....	57

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Jumlah Pengguna Netflix	3
1.2	<i>Streaming Charts</i>	6
1.3	Data Pengguna Video Movie Streaming	7
2.1	Rerangka Konseptual	30
4.1	Belum Valid	48
4.2	Valid	50
4.3	Boostraping	56



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuisisioner	68
2	Data diolah	71
3	Jawaban Responden	77



UNIVERSITAS
MERCU BUANA