

**PENGARUH *PRODUCT ASSORTMENT*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA PLATFORM VIDIO**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Nama : Aldi Guno Felianto  
NIM : 43117110223

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH *PRODUCT ASSORTMENT*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA PLATFORM VIDIO**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar**

**Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi**

**Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Aldi Guno Felianto**

**NIM : 43117110223**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aldi Guno Felianto

NIM : 43117110223

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, 14 September 2023



Aldi Guno Felianto NIM

NIM : 43117110223

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aldi Guno Felianto  
NIM : 43117110223  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Product Assortment, Electronic Word of Mouth dan Citra Merek terhadap Minat Beli pada Platform Vidio  
Tanggal Sidang : 13/09/2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dudi Permana, Ph.D

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 10233125



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul “Pengaruh *Product Assortment*, *Electronic Word of Mouth*, dan Citra Merek terhadap Minat Beli pada Platform Vidio”. 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 yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Assoc. Prof. Dudi Permana, PhD., CPM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini. Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak 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
3. Bapak Assoc. Prof. Dudi Permana, PhD., CPM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, MM selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Manajemen.
5. Ibu Dr. Aldina Shiratina, SE, MSI selaku Sekretaris 2 Program Studi S1 Manajemen.
6. Bapak Abdul Gani, SE, MM selaku pembimbing akademik kedua penulis selama perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
7. Almarhumah Ibu Dra. Surtiningsih, M.Si selaku pembimbing akademik awal penulis selama perkuliahan di Universitas Mercu Buana
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
9. Kedua orang tua tercinta Bapak Tugiman yang selalu memberikan dukungan dan Ibu Fatimah Kustiyarini sebagai motivasi terbesar saya yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.

10. Adik-adik tercinta Dea Anisa Putri dan Farel Putra Pangestu yang telah memberikan motivasi yang tiada henti untuk penulis.
11. Aprillia Monica selaku calon istri penulis yang selalu mendengarkan keluh kesah peneliti dan memberikan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Teman dekat seperjuangan satu angkatan Zainal Aripin, Violita Eka Pertiwi, Mohamad Aldo Ramadan, Riska Tiani, Hakim Khair, Prabowo Suwikadmono, Marchelina Sukma Dewi dan Husny Fauzi yang telah menemani penulis selama perkuliahan.
13. Seluruh teman pada sosial media penulis yang telah berkontribusi terhadap pengisian kuesioner baik pada saat pra-survei maupun survei inti variabel penelitian.
14. Teman dekat di lingkungan rumah Ilham Daiya dan Noer Annas Kuswara yang telah menemani penulis saat bermain dalam rangka penyegaran badan dan pikiran selama penelitian berjalan.
15. Mohamad Afrizal selaku sepupu penulis yang selalu mendengarkan keluh kesah peneliti selama perkuliahan hingga penelitian berlangsung.
16. Ibu Anita Sampetallu selaku mantan manager perusahaan penulis bekerja yang telah memberikan kepercayaan dan izin untuk melanjutkan pendidikan S1.

17. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB Meruya angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

18. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan perbaikan penelitian di masa yang akan datang. Semoga penelitian 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 penelitian ini.



Jakarta, September 2023

Aldi Guno Felianto



## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	16
C. Tujuan Penelitian .....	16
D. Kontribusi Penelitian.....	17
<b>BAB II .....</b>	<b>18</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>18</b>
A. Kajian Pustaka.....	18
1. <i>Manajemen Pemasaran</i> .....	18
2. <i>Platform Video Streaming</i> .....	19
3. <i>Minat Beli</i> .....	21
4. <i>Product Assortment (Bauran Produk)</i> .....	25
5. <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i> .....	27

6. Citra Merek.....	31
7. Peneliti Terdahulu .....	33
B. Pengembangan Hipotesis .....	38
BAB III .....	44
METODE PENELITIAN.....	44
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	44
B. Desain Penelitian.....	44
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	44
1. <b>Variabel Independen</b> .....	45
2. Variabel Dependen .....	46
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	51
1. <b>Populasi</b> .....	51
2. Sampel .....	51
E. Teknik Pengumpulan Data.....	53
F. Skala Pengukuran Variabel.....	53
G. Metode Analisis Data.....	55
3. Analisis Karakteristik Responden .....	55
4. Uji Statistik Deskriptif.....	55
5. Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	56
6. Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	58
BAB IV .....	60
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
B. Analisis Deskriptif .....	61
1. <b>Karakteristik Responden</b> .....	61
2. <b>Deskriptif Jawaban Responden</b> .....	65
C. Hasil Uji Kualitas Data .....	70
3. <b>Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)</b> .....	70
4. <b>Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)</b> .....	79

D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	83
BAB V.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
A. Kesimpulan .....	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA .....	91
LAMPIRAN.....	95



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kategori Aplikasi yang Paling Banyak Digunakan di Dunia Tahun 2018-2022 .....	2
Tabel 1.2 Tabel Pra-Survei .....	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	47
Tabel 3.2 Instrumen Skala <i>Likert</i> .....	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	64
Tabel 4.5 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan <i>Product Assortment</i>	66
Tabel 4.6 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	67
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Citra Merek.....	68
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Minat Beli .....	69
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	71
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i> .....	73
Tabel 4.11 Hasil Pengujian AVE .....	74
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Modifikasi <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i> .	75
Tabel 4.13 Hasil Pengujian AVE (Modifikasi) .....	77
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i> ....	78
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	79

<b>Tabel 4.16 Nilai R<sup>2</sup> Variabel Endogen .....</b>	<b>79</b>
<b>Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>81</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.0.1 Peningkatan Waktu Menonton Video Streaming di Indonesia Tertinggi Global pada 2021</b> .....	4
<b>Gambar 1.0.2 Peringkat Video Streaming tahun 2020 Berdasarkan Jumlah Waktu yang Dhabiskan</b> .....	5
<b>Gambar 1.0.3 Peringkat Video Streaming tahun 2021 Berdasarkan Jumlah Unduhan</b> .....	6
<b>Gambar 1.0.4 Peringkat Video Streaming tahun 2021 Berdasarkan Jumlah Jumlah Pengeluaran (Uang) Konsumen</b> .....	6
<b>Gambar 1.0.5 Peringkat Video Streaming tahun 2022 Berdasarkan Jumlah Jumlah Pengeluaran (Uang) Konsumen</b> .....	7
<b>Gambar 2.1 Model Inti dari Streaming</b> .....	20
<b>Gambar 2.0.2 Kerangka Pemikiran</b> .....	41
<b>Gambar 4.0.1 Hasil Algoritma PLS</b> .....	72
<b>Gambar 4.0.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)</b> .....	76
<b>Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstrapping</b> .....	82

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Kuesioner .....</b>	<b>95</b>
<b>Lampiran 2 Hasil Kuesioner .....</b>	<b>101</b>
<b>Lampiran 3 Hasil Penelitian .....</b>	<b>120</b>

