

**PENGARUH *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* DAN
PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAYANAN *VIDEO ON DEMAND* PADA
PENGGUNA NETFLIX DI WILAYAH JAKARTA TIMUR**

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC SERVICE QUALITY AND
USER EXPERIENCE ON PURCHASE DECISIONS OF VIDEO
ON DEMAND SERVICES ON NETFLIX USERS IN THE EAST
JAKARTA AREA***

Oleh:

Julia Brilliant Azizah

2017410133

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen
pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* DAN PENGALAMAN
PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN *VIDEO
ON DEMAND* PADA PENGGUNA NETFLIX DI WILAYAH JAKARTA
TIMUR**
***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC SERVICE QUALITY AND USER
EXPERIENCE ON PURCHASE DECISIONS OF VIDEO ON DEMAND
SERVICES ON NETFLIX USERS IN THE EAST JAKARTA AREA***


Oleh:

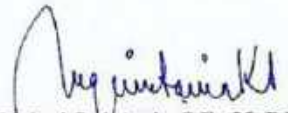
**Julia Brilliant Azizah
2017410133**


SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada
Tefah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal
Jakarta, 11 Agustus 2023

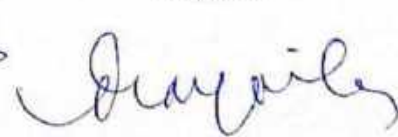

Resa Nurlaela Anwar, S.E., MM
Dosen Pembimbing


Dr. Firsan Nova
Penguji I


Dr. Melani Oujntania, S.E., M. Pd
Penguji II


Resa Nurlaela Anwar, S.E., MM
Penguji III


Dr. Sukardi, S.E., M.M
Dekan Fakultas Ekonomi


Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si
Ketua Program Studi

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* DAN PENGALAMAN
PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN *VIDEO
ON DEMAND* PADA PENGGUNA NETFLIX DI WILAYAH JAKARTA
TIMUR**

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC SERVICE QUALITY AND USER
EXPERIENCE ON PURCHASE DECISIONS OF VIDEO ON DEMAND
SERVICES ON NETFLIX USERS IN THE EAST JAKARTA AREA***

Oleh:

**Julia Brilliant Azizah
2017410133**

SKRIPSI

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 11 Agustus 2023



Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M

Dosen Pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN

Nama : Julia Brilliant Azizah

Nim : 2017410133

Jurusan / Peminatan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh *Electronic Service Quality* dan Pengalaman Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Layanan *Video On Demand* Pada Pengguna Netflix di Wilayah Jakarta Timur** yang dibimbing oleh Ibu Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 Agustus 2023



Julia Brilliant Azizah

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Electronic Service Quality* Dan Pengalaman Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Layanan *Video On Demand* Pada Pengguna Netflix Di Wilayah Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan cara kuisioner pada 100 pengguna Netflix di Wilayah Jakarta Timur. Sampel diambil dengan menggunakan rumus Rao Purba. Pengujian kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian: bahwa *e-service quality* (X_1) $0.000 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya secara parsial variabel *electronic service quality* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pengalaman Pengguna (X_2) $0.000 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya secara parsial variabel Pengalaman Pengguna (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Nilai F_{hitung} sebesar 65.919 dan F_{tabel} sebesar 3.09 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka ($65,919 > 3.09$) lebih besar dari F_{tabel} , maka secara simultan variabel independen *electronic service quality* (X_1) dan pengalaman pengguna (X_2) berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci: *Electronic Service Quality*, Pengalaman Pengguna, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of Electronic Service Quality and User Experience on the Purchase Decision of Video On Demand Services among Netflix users in East Jakarta. This research was conducted using a data collection method through a questionnaire distributed to 100 Netflix users in East Jakarta. The sample was selected using the Rao Purba formula. Data quality testing in this research employed validity and reliability tests. The data were analyzed using multiple regression analysis. The results of the study indicated that e-service quality (X_1) had a significance value of $0.000 < 0.05$, leading to the rejection of the null hypothesis (H_0) and acceptance of the alternative hypothesis (H_1), which means that the e-service quality variable (X_1) has a positive and significant impact on the purchase decision. User experience (X_2) also had a significance value of $0.000 < 0.05$, leading to the rejection of H_0 and acceptance of H_1 , indicating that the user experience variable (X_2) significantly influences the purchase decision. The calculated F-value was 65.919, and the tabulated F-value was 3.09 with a significance level of 0.05. Since $65.919 > 3.09$, which is greater than the tabulated F-value, it can be concluded that the independent variables, e-service quality (X_1), and user experience (X_2) collectively influence the dependent variable, the purchase decision (Y).

Keywords: Electronic Service Quality, User Experience, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "PENGARUH *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* DAN PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN *VIDEO ON DEMAND* PADA PENGGUNA NETFLIX DI WILAYAH JAKARTA TIMUR" dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Dalam penyusunan skripsi, banyak pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, secara moril maupun materil. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Sukardi, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Ibu Dra. Endang Tri Pujiastuti., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
3. Ibu Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, masukan, motivasi dan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan.

5. Seluruh staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membimbing dan membantu penulis selama menyelesaikan skripsi di Universitas Darma Persada.
6. Kedua orang tua penulis Papa Widodo, Mama Sutini dan Mami Maria Lilian, serta adik penulis Shinta Brilliant Istiqomah dan seluruh keluarga besar penulis. Terima kasih atas curahan kasih sayang, dorongan doa, nasihat, motivasi dan pengorbanan materinya selama penulis menempuh studi di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
7. Kekasih penulis Afif Alhuda yang selalu memberikan motivasi serta doa kepada penulis dalam pengerjaan penelitian.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa selama proses penelitian sampai pada penyusunan skripsi ini banyak mengalami kesulitan dan hambatan yang dihadapi, namun penulis banyak belajar mengenai hal tersebut. Namun penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 11 Agustus 2023



Julia Brilliant Azizah

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah.....	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Kegunaan Penelitian	17
BAB II	18
LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN	18
2.1 Manajemen Pemasaran	18
2.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	22
2.3 <i>Video on demand (VOD)</i>	24
2.4 <i>Electronic Service Quality</i>	25
2.5 Pengalaman Pengguna	28
2.6 Keputusan Pembelian	32
2.7 Penelitian Terdahulu.....	35
2.8 Kerangka Pemikiran	41
2.9 Hipotesis Penelitian	42
2.10 Paradigma Penelitian	44
BAB III	45
METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Metode Yang Digunakan	45

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	45
3.3 Operasional Variabel	46
3.4 Sumber Data dan Cara Penentuan Data.....	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	57
3.7 Uji Statistik	63
3.8 Alat Analisis.....	67
BAB IV	68
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.2 Karakteristik Responden.....	72
4.3 Analisis Deskriptif.....	76
4.4 Hasil Penelitian	125
4.5 Pembahasan.....	143
BAB V	148
KESIMPULAN DAN SARAN	148
5.1 Kesimpulan	148
5.2 Saran	148
DAFTAR PUSTAKA.....	150
LAMPIRAN.....	157
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	200

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Daftar Ulasan Konsumen Pengguna Netflix pada Google PlayStore 8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 36
Tabel 3.1	Operasional Variabel..... 47
Tabel 3.2	Skala Likert 56
Tabel 3.3	Interpretasi Koefisien Korelasi 57
Tabel 4.1	Saya merasa tampilan desain Netflix Modern 78
Tabel 4.2	Saya merasa promosi dari Netflix menarik 79
Tabel 4.3	Saya merasa tampilan produk Netflix rapi dan menarik 80
Tabel 4.4	Kemampuan pelayanan <i>customer service</i> Netflix yang konsisten 81
Tabel 4.5	Kemampuan pelayanan <i>customer service</i> Netflix yang Handal 82
Tabel 4.6	Kemampuan pelayanan <i>customer service</i> Netflix yang tanggap terhadap permasalahan 83
Tabel 4.7	Saya merasa kemampuan pelayanan <i>customer service</i> Netflix cepat tanggap..... 85
Tabel 4.8	Saya merasa kemampuan pelayanan <i>customer service</i> Netflix efektif 86
Tabel 4.9	Saya merasa Netflix mengerti kebutuhan pelanggan 87
Tabel 4.10	Saya merasa perusahaan Netflix bekerja secara profesional..... 88
Tabel 4.11	Saya merasa perusahaan Netflix mengutamakan kualitas pelayanan..... 89
Tabel 4.12	Saya merasa aman melakukan transaksi di Netflix..... 91
Tabel 4.13	Saya merasa perusahaan Netflix memahami kebutuhan pelanggan..... 92
Tabel 4.14	Saya merasa perusahaan perhatian terhadap konsumen..... 93
Tabel 4.15	Saya merasa perusahaan Netflix peduli terhadap konsumen..... 94
Tabel 4.16	Saya merasa puas menggunakan layanan VOD Netflix..... 95
Tabel 4.17	Saya merasa puas dengan pelayanan dari Netflix..... 97
Tabel 4.18	Saya merasa Netflix merupakan layanan VOD terbesar di Indonesia..... 98
Tabel 4.19	Saya percaya dengan produk yang telah saya gunakan di Netflix..... 99
Tabel 4.20	Saya percaya dengan layanan pelanggan Netflix 100
Tabel 4.21	Saya merasa layanan VOD dari Netflix berguna bagi kehidupan saya sehari-hari..... 101

Tabel 4.22	Saya merasa aplikasi Netflix mudah digunakan.....	102
Tabel 4.23	Saya merasa Aplikasi Netflix mudah diakses.....	103
Tabel 4.24	Saya merasa layanan Netflix mudah digunakan.....	104
Tabel 4.25	Saya puas menggunakan produk Netflix	105
Tabel 4.26	Saya puas menggunakan layanan VOD Netflix	106
Tabel 4.27	Saya merasa menggunakan fitur di Netflix merupakan pengalaman yang menyenangkan.....	107
Tabel 4.28	Saya merasa aman menggunakan layanan VOD Netflix	108
Tabel 4.29	Saya percaya dengan perusahaan Netflix	110
Tabel 4.30	Saya merasa perusahaan Netflix menjaga privasi para pelanggannya	111
Tabel 4.31	Saya melakukan pembelian karena fitur yang ditawarkan oleh Netflix.....	112
Tabel 4.32	Saya berlangganan Netflix berdasarkan kualitas produk (<i>video film</i>)	113
Tabel 4.33	Saya merasa kualitas produk Netflix sangat baik dibandingkan dengan produk lain.....	114
Tabel 4.34	Saya mengambil keputusan untuk berlangganan Netflix karena sudah membandingkan dengan produk lain.....	115
Tabel 4.35	Saya merasa informasi yang disampaikan oleh Netflix sesuai dengan kenyataan sehingga saya berminat untuk membeli produk / berlangganan VOD Netflix.....	115
Tabel 4.36	Saya mengambil keputusan untuk membeli produk / berlangganan VOD Netflix karena berdasarkan pengalaman orang lain.....	116
Tabel 4.37	Saya merasa ada banyak pilihan saluran pembelian yang ditawarkan oleh Netflix, seperti berlangganan streaming, pembelian film atau acara tertentu atau penawaran khusus...	117
Tabel 4.38	Saya merasa saluran pembelian yang disediakan oleh Netflix, seperti melakukan pembelian atau berlanggan melalui platform mereka, sangat mudah.	119
Tabel 4.39	Saya merasa penawaran promosi, diskon, atau penawaran khusus dari Netflix sangat mempengaruhi pilihan dalam memilih saluran pembelian.....	118
Tabel 4.40	Saya merasa jumlah konten yang tersedia di Netflix sangat relevan dengan minat dan preferensi.....	119
Tabel 4.41	Saya merasa promosi dan penawaran khusus dari Netflix sangat mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian tambahan.....	119
Tabel 4.42	Saya merasa puas dengan variasi konten yang ditawarkan oleh Netflix, sehingga saya cenderung untuk melakukan pembelian lebih lanjut.....	120

Tabel 4.43	Saya biasanya memilih waktu pembelian di Netflix sesuai dengan waktu luang.....	121
Tabel 4.44	Acara khusus, seperti peluncuran serial baru atau film populer, sangat mempengaruhi saya dalam memutuskan untuk melakukan pembelian atau berlangganan di Netflix.....	121
Tabel 4.45	Saya merasa puas dengan fleksibilitas dalam memilih kapan saya ingin melakukan pembelian di Netflix, sesuai dengan jadwal dan preferensi pribadi.....	122
Tabel 4.46	Saya merasa metode pembayaran yang disediakan oleh Netflix sangat mudah digunakan untuk proses pembelian...	123
Tabel 4.47	Saya percaya dengan keamanan metode pembayaran yang digunakan di Netflix.....	123
Tabel 4.48	Pilihan metode pembayaran yang ditawarkan oleh Netflix mempengaruhi saya dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.....	124
Tabel 4.49	Hasil Uji Validitas.....	125
Tabel 4.50	Uji Reliabilitas.....	127
Tabel 4.51	Uji Asumsi Multikolinieritas.....	130
Tabel 4.52	Uji Autokorelasi.....	133
Tabel 4.53	Regresi Linier Berganda.....	134
Tabel 4.54	Koefisien Korelasi.....	135
Tabel 4.55	Koefisien Determinasi.....	136
Tabel 4.56	Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>E-Service Quality</i> (X1)	138
Tabel 4.57	Hasil Uji Koefisien Determinasi Pengalaman Pengguna (X2)	138
Tabel 4.58	Uji F	140
Tabel 4.59	Uji T	141
Tabel 4.60	Ringkasan Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	143

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Market Share Aplikasi <i>Video Streaming</i> di Indonesia 2022	4
Gambar 1.2 Jumlah Pelanggan Netflix Global Tahun 2020 – 2022 (Q1-Q4)	5
Gambar 1.3 Rating Layanan Streaming Menurut Pelanggan di Indonesia Tahun 2022	7
Gambar 1.4 Ulasan Netflix.....	12
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	44
Gambar 3.1 Penilaian Uji Durbin Watson.....	61
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	73
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	74
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
Gambar 4.5 Uji Normalitas.....	129
Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas.....	132

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner.....	158
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner	165
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Data Kuisisioner.....	175
Lampiran 4 Hasil Output Uji Keabsahan Data.....	184
Lampiran 5 Hasil Output Uji Asumsi Klasik.....	186
Lampiran 6 Hasil Output Alat Analisis Data.....	188
Lampiran 7 Hasil Output Uji Hipotesis.....	190
Lampiran 8 Tabel R.....	191
Lampiran 9 Tabel Durbin Watson	193
Lampiran 10 Tabel F.....	195
Lampiran 11 Bukti Penyebaran Kuisisioner.....	198
Lampiran 12 Catatan Kegiatan Konsultasi.....	199