

**PENGARUH *PUSH, PULL* DAN *MOORING* TERHADAP
SWITCHING INTENTIONS NETFLIX
(Studi Kasus Pada Pelanggan Netflix di Wilayah Jakarta Timur)**

***THE EFFECT OF PUSH, PULL AND MOORING ON NETFLIX
SWITCHING INTENTIONS
(Case Study of Netflix Customers in the East Jakarta Area)***

Oleh:

Listia Tannya Maharani

2020410074

SKRIPSI

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



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH *PUSH, PULL* DAN *MOORING* TERHADAP
SWITCHING INTENTIONS NETFLIX
(Studi Kasus Pada Pelanggan Netflix di Wilayah Jakarta Timur)**

***THE EFFECT OF PUSH, PULL AND MOORING ON NETFLIX
SWITCHING INTENTIONS
(Case Study of Netflix Customers in the East Jakarta Area)***

Oleh:

Listia Tannya Maharani

2020410074

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Universitas Darma Persada
Jakarta, 10 Februari 2025.


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

Dosen Pembimbing


Dr. Firsan Nova, S.E., M.M.

Penguji I


Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.

Penguji II


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

Penguji III


Dr. Sukardi, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi


Dedi Damhudi, S.E., M.M.

Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Listia Tannya Maharani

NIM : 2020410074

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan “**Pengaruh *Push, Pull Dan Mooring Terhadap Switching Intentions* Netflix (Studi Kasus Pada Pelanggan Netflix di Wilayah Jakarta Timur)**” yang dibimbing oleh Ibu Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M. adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini, maka saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini saya bersedia untuk bertanggung jawab sepenuhnya. Dengan demikian, saya menyusun pernyataan ini dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 28 Februari 2025

Penulis



Listia Tannya Maharani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *push*, *pull* dan *mooring* terhadap *switching intention* pelanggan Netflix di wilayah Jakarta Timur. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengguna layanan Netflix dalam dua bulan terakhir di wilayah Jakarta Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier berganda dengan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *push*, *pull* dan *mooring* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *switching intention*. Sebesar 0,283 (28,3%), variabel *push*, *pull* dan *mooring* dapat dijelaskan dipengaruhi oleh *switching intention* sedangkan sisanya 71,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model ini. Secara parsial *push* memiliki pengaruh sebesar 0,078 (7,8%), *pull* sebesar 0,205 (20,5%) dan *mooring* sebesar 0,207 (20,7%). Penelitian ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mendorong pengguna Netflix untuk berpindah layanan, serta pentingnya mempertimbangkan ketiga variabel ini dalam merancang strategi untuk mempertahankan pelanggan di tengah persaingan industri *streaming* yang kompetitif.

Kata Kunci : *Push, Pull, Mooring, Switching Intention*

ABSTRAK

This study aims to investigate the impact of push, pull, and mooring factors on switching intentions among Netflix users in East Jakarta. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who had used Netflix within the past two months in the East Jakarta area. The study employed a non-probability sampling technique using the purposive sampling method. Data analysis was conducted using multiple linear regression tests with SPSS software. The findings reveal that push, pull, and mooring factors have a positive and significant effect on switching intentions. Collectively, these factors explain 28.3% of the variance in switching intentions, while the remaining 71.7% is attributed to other factors beyond the model. Individually, the push factor accounts for 7.8%, the pull factor for 20.5%, and the mooring factor for 20.7%. This research offers valuable insights into the factors influencing Netflix users to switch services, emphasizing the importance of addressing these variables in developing strategies to retain customers in a highly competitive streaming industry.

Keywords : *Push, Pull, Mooring, Switching Intention*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wa Rahmatullahi Wa Barakatuh, segala puji dan syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa, yang telah memberikan segala kesempatan dan kenikmatan bagi penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik serta tidak hambatan kesulitan baik teknis maupun non-teknis. Skripsi ini berjudul ***“Pengaruh Push, Pull Dan Mooring Terhadap Switching Intentions Netflix (Studi Kasus Pada Pelanggan Netflix di Wilayah Jakarta Timur)”*** dengan baik. Dalam penyusunan skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan kelulusan Strata 1 (S1) dengan program studi ekonomi jurusan manajemen. Penulis dapat penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi secara moral serta materil hingga tahap penyelesaian skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik, Dosen Pembimbing skripsi dan Wakil Dekan III, selalu mendukung dalam memberikan pengetahuan dan ilmu serta motivasi dalam penyusunan skripsi. Penulis mengucapkan terima kasih banyak atas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing baik saran dan kritik untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Agus Salim Dasuki, M.Eng selaku Rektor Universitas Darma Persada beserta para wakil rektor Universitas Darma Persada.
3. Bapak Dr. Sukardi S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Darma Persada.

4. Bapak Dedi Damhudi, S.E., M.M. selaku Kepala Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang selama ini telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan.
6. Orang tua dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, nasihat, semangat serta harapan yang terbaik kepada penulis yang dapat menyelesaikan laporan ini
7. Sdri Apriliani, Adinda, Murni, Sara, Dekha, dan Geby. telah memberikan dukungan dan motivasi dalam menyusun laporan ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu, memberikan semangat, dukungan, motivasi dan doa.

Penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak luput dari kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran agar bermanfaat bagi kita semua. Demikian yang penulis sampaikan mengucapkan terima kasih dan semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia Pendidikan.

Jakarta, 28 Februari 2025

Penulis



Listia Tannya Maharani

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah	17
1.2.1 Identifikasi Masalah	17
1.2.2 Pembatasan Masalah	18
1.2.3 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	21
2.1 Landasan Teori	21
2.1.1 Manajemen.....	21
2.1.2 Pemasaran	22
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.4 Bauran Pemasaran	23
2.1.5 Pengertian <i>Push, Pull, Dan Mooring</i> (PPM).....	26
2.1.6 Pengertian <i>Push effect</i> (Efek Dorong)	27
2.1.7 Pengertian <i>Pull Effect</i> (Efek Tarik)	30
2.1.8 Pengertian <i>Mooring Effect</i> (Efek Hambatan).....	33

2.1.9 Pengertian <i>Switching Intention</i> (Niat Beralih)	35
2.2 Penelitian Terdahulu	37
2.3 Kerangka Pemikiran	42
2.4 Hipotesis Penelitian	44
2.5 Paradigma Penelitian	45
BAB III METOPENELITIAN	46
3.1 Metode Yang Digunakan	46
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	47
3.3 Operasionalisasi Variabel	47
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	52
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	52
3.4.2 Cara Penentuan Data	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data	56
3.6 Teknik Pengukuran Data	57
3.7 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	59
3.7.1 Rancangan Analisis	59
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	60
3.7.3 Alat dan Analisis Data	62
3.7.4 Uji Hipotesis	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.2 Visi dan Misi Netflix	68
4.2 Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden	69
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	70
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	70
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden	71
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden	71
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Netflix	72
4.2.6 Karakteristik Berapa Kali Menggunakan Netflix Satu Bulan	73
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	76

4.3.1	Variabel <i>Push</i> pelanggan Netflix di Jakarta Timur	76
4.3.2	Variabel <i>Pull</i> pelanggan Netflix	84
4.3.3	Variabel <i>Mooring</i> pelanggan Netflix.....	92
4.3.4	Variabel <i>Switching Intention</i> pelanggan Netflix	100
4.4	Uji Keabsahan	108
4.4.1	Uji Validitas.....	109
4.4.2	Uji Reliabilitas	110
4.5	Uji Asumsi Klasik	111
4.5.1	Uji Normalitas.....	111
4.5.2	Uji Multikolinieritas.....	113
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	114
4.5.4	Uji Autokorelasi	115
4.6	Alat Analisis	116
4.6.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	116
4.6.2	Analisis Regresi Linear sederhana	118
4.6.3	Koefisien Korelasi (R)	121
4.6.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	122
4.7	Alat Hipotesis.....	125
4.7.1	Uji Statistik Simultan (F)	125
4.7.2	Uji Statistik Parasial (t)	126
4.8	Pembahasan	127
4.8.1	Pengaruh <i>push</i> , <i>pull</i> dan <i>mooring</i> terhadap <i>switching intention</i> ..	125
4.8.2	Pengaruh <i>push</i> terhadap <i>switching intention</i>	126
4.8.3	Pengaruh <i>pull</i> terhadap <i>switching intention</i>	125
4.8.4	Pengaruh <i>mooring</i> terhadap <i>switching intention</i>	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		131
5.1	Kesimpulan.....	131
5.2	Saran.....	132
DAFTAR PUSTAKA.....		135
LAMPIRAN.....		140

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan layanan <i>Streaming</i> Film Konten	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	48
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> Penelitian	58
Tabel 3.3 Tingkat Interpretasi Koefisien Korelasi	64
Tabel 3.4 Tingkat Interpretasi Koefisien Determinasi R^2	65
Tabel 4.1 Data Responden yang diperoleh	69
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	71
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Berapa lama Menggunakan	72
Tabel 4.7 Responden Berapa kali Menggunakan Netflix satu bulan	73
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Alasan Anda Menggunakan Netflix	74
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	75
Tabel 4.10 Responden Pengeluaran Rata-rata Setiap Bulan	75
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 1	76
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 2	77
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 3	78
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 4	78
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 5	79
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 6	80
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 7	80
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 8	81
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 9	82
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 10	82
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 11	83

Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 12	84
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 13	85
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 14	86
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 15	86
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 16	87
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 17	88
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 18	89
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 19	90
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 20	91
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 21	91
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 22	93
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 23	94
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 24	95
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 25	96
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 26	96
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 27	97
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 28	98
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 29	99
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 30	100
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 31	101
Tabel 4.42 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 32	101
Tabel 4.43 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 33	102
Tabel 4.44 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 34	103
Tabel 4.45 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 35	104
Tabel 4.46 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 36	105
Tabel 4.47 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 37	106
Tabel 4.48 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 38	107
Tabel 4.49 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 39	108
Tabel 4.50 Hasil Uji Validitas	109
Tabel 4.51 Hasil Uji Reliabilitas	110
Tabel 4.52 Hasil Uji Normalitas	113

Tabel 4.53 Hasil Uji Multikolonieritas	114
Tabel 4.54 Hasil Uji Autokorelasi	116
Tabel 4.55 Hasil Analisis Regresi Berganda	117
Tabel 4.56 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Variabel <i>Push</i>	118
Tabel 4.57 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Variabel <i>Pull</i>	119
Tabel 4.58 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Variabel <i>Mooring</i>	120
Tabel 4.59 Hasil Uji Korelasi	121
Tabel 4.60 Hasil Korelasi Koefisien Determinasi (R^2) Berganda	122
Tabel 4.61 Hasil Korelasi Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana <i>Push</i>	123
Tabel 4.62 Hasil Korelasi Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana <i>Pull</i>	123
Tabel 4.63 Hasil Korelasi Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana <i>Mooring</i>	124
Tabel 4.64 Hasil Uji F	125
Tabel 4.65 Hasil Uji t (Parsial)	126
Tabel 4.66 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	127

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan Internet di Global (1990-2024)	1
Gambar 1.2 Jumlah Pelanggan Internet Global membayar Konten Digital)	3
Gambar 1.3 Aplikasi Hiburan terpopuler tahun 2023	6
Gambar 1.4 Logo Netflix	8
Gambar 1.5 <i>platform</i> Video Berlangganan Terkemuka 2023.....	9
Gambar 1.6 <i>Rating</i> Pelanggan Netflix	11
Gambar 1.7 Harga Paketan Netflix	12
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Skripsi Penelitian.....	43
Gambar 2.2 Diagram Model Paradigma Penelitian	45
Gambar 4.1 Logo Netflik	67
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Garis Diagonal	112
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	115

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	141
Lampiran 2 Profil Data Responden	148
Lampiran 3 Tabulasi Variabel <i>Push</i> (X1)	161
Lampiran 4 Hasil Tabulasi Variabel <i>Pull</i> (X2)	163
Lampiran 5 Hasil Tabulasi Variabel <i>Mooring</i> (X3)	165
Lampiran 6 Hasil Tabulasi Variabel <i>Switching Intention</i> (Y)	167
Lampiran 7 Hasil <i>Output</i> Pengolahan Data SPSS.....	169
Lampiran 8 R Tabel	173
Lampiran 9 F Tabel	174
Lampiran 10 Tabel <i>Durbin Watson</i>	175
Lampiran 11 t Tabel.....	176
Lampiran 12 Bukti Penyebaran Kuesioner Secara.....	177
Lampiran 13 Data Ulasan Netflix	178
Lampiran 14 Data Riwayat Hidup.....	181
Lampiran 15 Catatan Konsultasi Bimbingan	182
Lampiran 16 Hasil Turnitin	182