

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *E-Webqual*, Daya Tarik Iklan dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Berlangganan Netflix di Ponorogo.
Nama : A Vickania Paramita
N I M : 20415304
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 15 April 2002
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 7 Agustus 2024

Pembimbing I



Dr. Adi Santoso, S.E., M.M
NIDN. 0727118803

Pembimbing II



Dr. Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom
NIDN. 0025057401

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si
NIP. 1976508 2005001 1 002

Dosen Penguji :

Penguji I



Dr. Adi Santoso, S.E., M.M
NIDN. 0727118803

Penguji II



Sujiono, S.E., M.M
NIDK. 8974450022

Penguji III



Wahna Widhianingrum, S.P., M.M
NIDN. 0707118602

ABSTRAK

A Vickania Paramita, NIM 20415304, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Skripsi : “Pengaruh E-Webqual, Daya Tarik Iklan dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Berlangganan Netflix di Ponorogo”.

Layanan *streaming* film dan televisi merupakan konten berbayar favorit yang paling banyak dipilih oleh pengguna internet di Indonesia saat ini. Netflix merupakan layanan streaming video apling banyak diminati di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *E-Webqual*, Daya Tarik Iklan dan Ulasan Pelanggan terhadap keputusan berlangganan Netflix di Ponorogo. Dengan menggunakan metode kuantitatif dalam 5 skala *Likert* untuk metode pengukurannya. Populasi penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang sudah berlangganan di Netflix dengan 100 jumlah responden, pengambilan sampel menggunakan *Probability Sampling*. Alat analisis menggunakan SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika *E-Webqual* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan berlangganan di Netflix, namun Daya Tarik Iklan dan Ulasan Pelanggan memiliki pengaruh terhadap keputusan berlangganan di Netflix.

Kata Kunci : *E-Webqual*, Daya Tarik Iklan, Ulasan Pelanggan, Keputusan Berlangganan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dengan judul “Pengaruh *E-Webqual*, Daya Tarik Iklan dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Berlangganan Netflix di Ponorogo” bisa terselesaikan. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan yakni Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Naning Kristiyana, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Dr. Adi Santoso, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan membantu peneliti dalam menyusun skripsi
5. Dr Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan membantu peneliti dalam menyusun skripsi

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan tulisan ini. Penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat dengan baik baik semua.

Ponorogo, 17 Juli 2024



A Vickania Paramita

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Insitusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 07 Juli 2024



A Vickania Paramita

NIM 20415304

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan ridho dan nikmat yang sangat luar biasa kepada hambanya. Selalu memberikan cerita dan takdir-takdir yang baik disetiap perjalanan saya. Terima kasih ya Allah karena Engkau selalu mempermudah segala urusan hamba dan selalu mengabulkan doa-doa hamba.

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang selalu baik kepada saya, selalu membantu saya dalam keadaan apapun, selalu menyemangati dan memberikan doa-doa terbaik untuk saya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

1. Pertama, untuk nenek terima kasih atas semua do'a, semua kata-kata penyemangat yang selalu engkau berikan. Terima kasih atas semua perhatian yang telah engkau berikan kepada penulis dari kecil sampai sekarang ini. Terima kasih nek telah menjadi orang paling membuat penulis untuk selalu kuat menghadapi segala keadaan. Terima kasih banyak nek, kalimat ini tidak akan bisa mewakili betapa penulis sangat bersyukur mempunyai nenek seperti engkau. Penulis berharap nenek selalu sehat dan panjang umur dan bisa melihat penulis sukses, penulis sangat bersyukur mempunyai nenek seperti engkau.
2. Kedua, untuk orang tua penulis Ayah dan Ibu terima kasih atas segala doa yang selalu kalian lantunkan disetiap saat untuk penulis. Terima kasih atas kasih sayang yang selalu ayah dan Ibu berikan. Terima kasih atas pengorbanan kalian yang merelakan jauh dari keluarga demi memberikan nafkah untuk penulis untuk sampai bisa dititik ini. Terima kasih selalu memberikan arahan dan kata-kata yang positif kepada penulis. Terima kasih adalah kalimat yang tidak bisa mewakili betapa bersyukurya mempunyai orang tua seperti kalian.
3. Untuk keluarga besar penulis, untuk adik dan kakak penulis terima kasih telah menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih selalu memberikan do'a terbaik kalian.
4. Untuk Yongki Candra Kurniawan, terima kasih selalu menjadi *support sytem* untuk penulis. Terima kasih selalu menemani penulis dalam setiap

proses skripsi ini. Terima kasih selalu bersedia menjadi tempat keluh kesah penulis dalam setiap keadaan.

5. Untuk sahabat-sahabatku, Ulfi, Eka, Yusrin, Pingki, Tika, Rachel dan sahabat-sahabatku lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih selalu bersama penulis dalam setiap keadaan dan hingga terselesaikannya tugas akhir ini, terima kasih selalu ingin direpotkan penulis dan membantu penulis saat dalam setiap keadaan, semoga kita semua bisa sukses mencapai cita-cita kita masing-masing.
6. Untuk teman-teman kelas Manajemen D angkatan 2020, terima kasih telah menjadi teman yang baik. Serta terima kasih telah memberikan warna dimasa kuliah ini.
7. Untuk teman-teman KKN Desa Bekiring Tahun 2024, terima kasih telah menambah warna baru dalam perjalanan perkuliahan penulis dan menjadi teman baik penulis.
8. Untuk teman-teman Kost Anggun, terima kasih sudah menjadi rumah kedua. Terima kasih selalu perhatian dan menyemangati penulis saat jauh dari rumah.
9. Kepada pihak yang terlibat dalam proses pengerjaan skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih banyak.
10. Yang terakhir, terima kasih untuk penulis yaitu diriku sendiri (A Vickania Paramita). Terima kasih telah keluar dari zona nyamanmu. Terima kasih untuk selalu kuat dan sehat, apa yang kamu anggap sulit dan tidak bisa dilewati kini sudah bisa kamu lewatkan dengan hasil yang sudah cukup baik *proud my self*.

MOTTO

“Dan barang siapa bertakwa kepada Allah, niscaya Dia menjadikan kemudahan baginya dalam urusannya”

(Q.S At-Talaq:4)

“Jangan biarkan kesulitanmu menguasaimu, percayalah bahwa ini malam yang gelap dan hari yang cerah akan datang. Karena sesungguhnya dengan kesulitan aka nada kemudahan”

(Q.S AL-Insyirah:5)

“Segala sesuatu memiliki waktu dan resikonya sendiri, maka teruslah berusaha dan berdoa”

(A Vickania Paramita)



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
1. Uses and Gratification Theory.....	8
2. Manajemen	9
3. Bisnis Digital	10
4. Perilaku Konsumen	12
5. E-Webqual.....	14
6. Daya Tarik Iklan.....	15
7. Ulasan Pelanggan	17
8. Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	22
2.4 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	26

3.3	Metode Pengambilan Data	27
3.4	Skala Pengukuran	28
3.5	Definisi Operasioal Variabel	29
3.6	Metode Analisa Data	30
1.	Uji Instrument.....	30
2.	Uji Asumsi Klasik	32
3.	Alat Analisis Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Hasil Penelitian.....	38
1.	Gambaran Umum Perusahaan	38
2.	Gambaran Umum Variabel pada Netflix.....	40
3.	Gambaran Umum Responden.....	43
4.	Deskripsi Tanggapan Responden	48
5.	Hasil Uji Instrumen	53
6.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	56
7.	Analisis Data	59
8.	Hasil Uji Hipotesis	61
4.2	Pembahasan	67
1.	Pengaruh <i>E-Webqual</i> Terhadap Keputusan Berlangganan Netflix di Ponorogo.....	67
2.	Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Berlangganan Netflix di Ponorogo.....	69
3.	Pengaruh Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Berlangganan Netflix di Ponorogo.....	71
4.	Pengaruh <i>E-Webqual</i> (X1), Daya Tarik Iklan (X2), dan Ulasan pelanggan (X3) Terhadap Keputusan Berlangganan Netflix di Ponorogo	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran	75
Daftar Pustaka		77
LAMPIRAN.....		83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Paket Langganan	46
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	47
Tabel 4.6 Skala Interval Kriteria Kategori.....	48
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel E-Webqual.....	49
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Tarik Iklan.....	50
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ulasan Pelanggan	51
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Berlangganan.....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.14.....	57
Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas.....	58
Tabel 4.16 Uji Analisis linier Berganda.....	59
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Persial)	62
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan).....	65
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Uses and Gratification (Sumber: Rani Tri (2016)).....	9
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	22
Gambar 4.1 Logo Perusahaan Netflix (Sumber. brand.netflix.com)	39
Gambar 4.2 Derah Penerimaan dan Penolakan H01.....	62
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan H02	64
Gambar 4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan H03	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	83
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden	87
Lampiran 3 TABULASI DATA TANGGAPAN RESPONDEN	90
Lampiran 4 Hasil Olah Data Karakteristik Responden.....	94
Lampiran 5 Tanggapan Responden.....	96
Lampiran 6 Uji Validitas.....	104
Lampiran 7 Uji Normalitas	107
Lampiran 8 Uji Klasik.....	109
Lampiran 9 Uji Heterokedastitas	109
Lampiran 10 Uji Multikolineritas	111
Lampiran 11 Uji Regresi Linier Berganda dan Uji T	111
Lampiran 12 Uji F (simultan)	112
Lampiran 13 Koefisien Determinasi	112
Lampiran 14 Tabel r	113
Lampiran 15 Tabel t (df)	114
Lampiran 16 Tabel f 0,05.....	115
Lampiran 17 Titik Persentase Distribusi Chi-Square.....	115