



**PENGARUH HARGA, *E-SERVICE QUALITY*, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN NETFLIX  
DI JABODETABEK**

**SKRIPSI**

**CHRISTINA ELVIYANI 1910111093**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2022**



**PENGARUH HARGA, *E-SERVICE QUALITY*, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN NETFLIX  
DI JABODETABEK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**CHRISTINA ELVIYANI 1910111093**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2022**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Christina Elviyani

NIM : 1910111093

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 9 Desember 2022

Yang menyatakan,



Christina Elviyani

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI**  
**UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Christina Elviyani  
NIM : 1910111093  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Harga, *E-Service Quality*, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Netflix Di Jabodetabek**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 9 Desember 2022

Yang menyatakan,



Christina Eiviyani

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, *E-SERVICE QUALITY*, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN NETFLIX DI  
JABODETABEK**

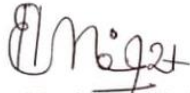
*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**Christina Elviyani      1910111093**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 22 Desember 2022  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., CPM**  
Ketua Penguji



**Dra. Heni Nastiti, M.M**  
Penguji I



**Lina Aryani, S.E., M.M**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS**  
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



**Siti Hidayati, S.E., M.M.**  
Ketua Program Studi

Disahkan di      : Jakarta  
Pada Tanggal    : 22 Desember 2022

***The Effect of Price, E-Service Quality, and Promotion on Netflix Customer Satisfaction in Jabodetabek***

*By Christina Elviyani*

**Abstract**

*Netflix is a legal streaming service, a place to watch and enjoy movies and series from various countries with different genres. There are testimonials from customers who are dissatisfied with Netflix services, in terms of price, e-service quality, and promotions, so the purpose of this research is to find out, prove, and analyze the effect of price, e-service quality, and promotions on Netflix customer satisfaction in Jabodetabek. This research method is a quantitative research with the sampling technique used is purposive sampling. Data analysis techniques using descriptive statistical analysis and inferential statistical analysis. The source of this research is primary data by distributing questionnaires in the form of Google Forms online. The test equipment used for this research is SmartPLS 4.0 software. The respondents collected were 121 Netflix subscribers in Jabodetabek. The results of the study show that the three factors, price, e-service quality, and promotion, have a positive and significant impact on customer satisfaction. The path coefficient value proves that price has an effect of 0.271, e-service quality of 0.301, and promotion has an effect of 0.298. The dominant factor that influences it is e-service quality of 0.301. The Adjusted R Square test result of 53.5% shows that the contribution of the price, e-service quality, and promotion variables together can represent the customer satisfaction variable, while 46.5% is explained by other factors.*

*Keywords : price, e-service quality, promotion, customer satisfaction, netflix.*

**Pengaruh Harga, *E-Service Quality*, dan Promosi terhadap Kepuasan  
Pelanggan Netflix di Jabodetabek**

**Oleh Christina Elviyani**

**Abstrak**

Netflix merupakan layanan *streaming* legal, tempat untuk menonton dan menikmati film serta serial dari berbagai negara dengan genre berbeda. Adanya testimoni pelanggan yang kurang puas dengan pelayanan Netflix, dari segi harga, *e-service quality*, dan promosi sehingga tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui, membuktikan, dan menganalisis pengaruh harga, *e-service quality*, serta promosi terhadap kepuasan pelanggan Netflix di Jabodetabek. Metode penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Sumber penelitian ini yaitu data primer dengan menyebarkan kuesioner berupa *Google Form* melalui daring. Alat uji yang digunakan untuk penelitian ini yakni *software SmartPLS 4.0*. Responden yang terkumpul yakni 121 pelanggan Netflix di Jabodetabek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga faktor yaitu harga, *e-service quality*, dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. Nilai koefisien jalur membuktikan bahwa harga berpengaruh sebesar 0,271, *e-service quality* sebesar 0,301, dan promosi berpengaruh 0,298. Faktor dominan yang mempengaruhi, yaitu *e-service quality* sebesar 0,301. Hasil Adjusted R Square sebesar 53,5% menunjukkan kontribusi dari variabel harga, *e-service quality*, dan promosi bersama-sama dapat merepresentasikan variabel kepuasan pelanggan, sedangkan 46,50% disebabkan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

**Kata kunci :** harga, *e-service quality*, promosi, kepuasan pelanggan, netflix.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.uprvj.ac.id> Email : [puskom@uprvj.ac.id](mailto:puskom@uprvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Kamis , tanggal 22 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Christina Elviyani

No.Pokok Mahasiswa : 1910111093

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Pengaruh Harga, E-Service Quality, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Netflix di Jabodetabek**  
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

#### Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM.,CPM	Ketua	1.
2	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota I	2.
3	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 22 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga, *E-Service Quality*, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Netflix di Jabodetabek”** terlaksana dengan sebaik-baiknya.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan kelulusan yang wajib ditempuh untuk menyelesaikan studi di program studi S-1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penelitian ini dirancang untuk memberikan wawasan dan gambaran nyata kepada mahasiswa atau masyarakat umum tentang suatu studi yang termasuk dalam program studi manajemen.

Selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis telah mendapat dukungan, bimbingan, dan bantuan yang kuat dari semua pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan doa kepada:

1. Allah Tri Tunggal Maha Kudus, atas segala berkat dan perlindungan-Nya.
2. Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta.
3. Ibu Siti Hidayati, SE, MM, selaku kepala Program Studi S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta.
4. Ibu Lina Aryani, SE, MM, yang telah bersedia menjadi dosen pembimbing skripsi serta memberikan wawasan baru, dukungan, masukan yang positif bagi penulisan skripsi ini.
5. Ibu Anggi Angga Resti, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan serta masukan-masukkan yang baik untuk kelancaran skripsi ini.
6. Keluarga terkasih, yang selalu mendukung penulis dalam menempuh pendidikan baik dukungan perhatian, tenaga, waktu, serta materi yang diberikan selama ini.
7. Kak Mohammad Fuad Farisi dan teman-teman magang MBKM, yang selama ini selalu mendukung dan memberi perhatian kepada penulis dalam mengerjakan skripsi sambil magang.

8. Maria Augustin Astria Eka Putri, Fabian Cahaya Lesmana, dan rekan-rekan seperjuangan skripsi yang telah memberikan semangat dan menjadi tempat keluh kesah penulis.
9. Kitin's, Ruang Sambat, JabodeSquad, teman-teman kuliah, SMA, dan SMP, yang telah banyak menghibur, mendengar penulis berbagi cerita, serta memberikan dukungan moril dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Keluarga besar KMK UPN Veteran Jakarta, yang telah memberikan banyak kenangan dan pengalaman luar biasa bagi penulis.

Penulis menyadari skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Jakarta, 9 Desember 2022

Christina Elviyani

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
PENGESAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	12
I.3 Tujuan Penelitian .....	12
I.4 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
II.1 Landasan Teori.....	14
II.1.1 Manajemen Pemasaran .....	14
II.1.2 Perilaku Konsumen.....	15
II.1.3 Kepuasan Pelanggan .....	16
II.1.4 Harga.....	18
II.1.5 <i>E-Service Quality</i> .....	20
II.1.6 Promosi .....	22
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	24

II.3	Model Penelitian .....	26
	II.3.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	26
	II.3.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	26
	II.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan .....	27
II.4	Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
	III.1.1 Definisi Operasional .....	29
	III.1.2 Pengukuran Variabel .....	29
III.2	Penentuan Populasi dan Sampel .....	31
	III.2.1 Populasi.....	31
	III.2.2 Sampel .....	31
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	33
	III.3.1 Jenis Data.....	33
	III.3.2 Sumber Data .....	33
	III.3.3 Pengumpulan Data.....	34
III.4	Teknik Analisis Data.....	35
	III.4.1 Statistik Deskriptif .....	36
	III.4.2 Statistik Inferensial .....	36
	III.4.1.1 Uji Validitas.....	41
	III.4.1.2 Uji Reabilitas .....	42
	III.4.1.3 Pengujian Hipotesis ( <i>Resampling Bootstrapping</i> ).....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>45</b>
IV.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	45
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	47
	IV.2.1 Deskripsi Data Responden.....	47
	IV.2.2 Analisis Data Deskriptif .....	50
IV.3	Uji Hipotesis dan Analisis .....	55
	IV.3.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	55
	IV.3.1.1 Uji Validitas Konvergen .....	57

IV.3.1.2 Uji Validitas Diskriminan.....	59
IV.3.1.3 Uji Reabilitas .....	62
IV.3.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	63
IV.3.2.1 Uji R Square .....	63
IV.3.2.2 Uji t.....	64
IV.4 Pembahasan.....	66
IV.4.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan .....	66
IV.4.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan ....	67
IV.4.3 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	69
IV.5 Keterbatasan Penelitian.....	70
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>71</b>
V.1 Simpulan .....	71
V.2 Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Harga Berlangganan Netflix dan Kompetitornya .....	7
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	24
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 4. Skala <i>Likert</i> .....	34
Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	35
Tabel 6. Deskripsi Usia Responden .....	47
Tabel 7. Deskripsi Domisili Responden .....	48
Tabel 8. Deskripsi Pekerjaan Responden.....	49
Tabel 9. Deskripsi Pendapatan Responden .....	49
Tabel 10. <i>Loading Factor</i> Variabel Kepuasan Pelanggan .....	51
Tabel 11. <i>Loading Factor</i> Variabel Harga.....	52
Tabel 12. <i>Loading Factor</i> Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	53
Tabel 13. <i>Loading Factor</i> Variabel Promosi .....	54
Tabel 14. <i>Convergent Validity</i> .....	57
Tabel 15. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	58
Tabel 16. <i>Cross Loadings</i> .....	59
Tabel 17. Hasil Uji Fornell-Lacker .....	61
Tabel 18. Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	62
Tabel 19. R Square dan <i>Adjusted R Square</i> .....	63
Tabel 20. Hasil Uji T.....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peningkatan Persentase Penetrasi Internet .....	2
Gambar 2. Dua Aplikasi Paling Sering Digunakan dalam Penggunaan Internet....	3
Gambar 3. <i>Streaming Charts</i> Indonesia Q1 2022 .....	4
Gambar 4. Data Kepuasan Pelanggan Netflix.....	5
Gambar 5. Ulasan Kepuasan Pelanggan Netflix .....	5
Gambar 6. Laporan Data Kepuasan Streaming.....	7
Gambar 7. Ulasan terhadap Harga dan Kualitas Netflix.....	8
Gambar 8. Data Media Sosial Netflix untuk Promosi .....	10
Gambar 9. Model Penelitian .....	28
Gambar 10. Tahapan Analisis Smart PLS .....	37
Gambar 11. <i>Inner Model</i> Penelitian .....	38
Gambar 12. <i>Outer Model</i> Penelitian .....	39
Gambar 13. Konstruksi Diagram Jalur.....	40
Gambar 14. Logo Netflix .....	45
Gambar 15. Tampilan Netflix .....	46
Gambar 16. <i>Outer Model Loading Factor</i> .....	56
Gambar 17. <i>Inner Model</i> .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	79
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner .....	84
Lampiran 3. Hasil Analisis Deskriptif .....	98
Lampiran 4. Hasil <i>Output SmartPLS</i> 4.0 .....	101
Lampiran 5. Hasil Turnitin.....	106