

# ***The Influence of E-WOM, Brand Image, and Price On Purchasing Decision For Disney+ Hotstar***

By Alma Rizqyana Widiya

## *Abstract*

*Technological advances and changes caused by the Covid-19 pandemic have encouraged the development of several business sectors, especially in the communications industry. One type of entertainment that is quite popular is the VoD service which provides easy access so that users can enjoy this service whenever and wherever they are. The presence of various VoD services means that Disney+ Hotstar, which is one of the popular VoD service providers in the country, must be able to understand what aspects influence customers in making decisions to purchase VoD services. This research aims to determine, analyze and prove the influence of E-WOM, Purchase Decision and Price on the Purchase Decision of Disney+ Hotstar service users. This research is a quantitative research using 100 respondents in South Jakarta. The sample method used in this research is nonprobability sampling with purposive sampling technique. The data in this research was processed using SmartPLS 4.0 with the SEM-PLS analysis technique. The analysis results obtained are (1) E-WOM has a significant influence on purchase decisions. (2) Brand image has a significant influence on purchase decisions. (3) Price has no influence on purchase decisions.*

***Keywords :*** *E-WOM, Brand Image, Price, Purchase Decision*

# **Analisis Pengaruh *E-WOM*, *Brand Image*, Dan *Price* Terhadap *Purchase Decision* Disney+ Hotstar**

Oleh Alma Rizqyana Widiya

## Abstrak

Adanya kemajuan teknologi dan perubahan yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 mendorong berkembangnya beberapa sektor bisnis khususnya di Industri hiburan. Salah satu jenis hiburan yang cukup populer adalah layanan VoD yang memberikan kemudahan akses sehingga pengguna dapat menikmati layanan ini kapanpun dan dimanapun mereka berada. Hadirnya beragam layanan VoD membuat Disney+ Hotstar yang merupakan salah satu penyedia layanan VoD yang populer di tanah air harus dapat memahami aspek-aspek apa saja yang mempengaruhi pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian layanan VoD. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis serta membuktikan pengaruh *E-WOM*, *Purchase Decision*, dan *Price* terhadap *Purchase Decision* pengguna layanan Disney+ Hotstar. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan 100 responden yang berada di Jakarta Selatan. Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini diolah menggunakan SmartPLS 4.0 dengan teknik analisis SEM-PLS. Hasil analisis yang diperoleh (1) *E-WOM* berpengaruh secara signifikan terhadap *purchase decision*. (2) *Brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap *urchase decision*. (3) *Price* tidak memiliki pengaruh terhadap *purchase decision*.

**Kata Kunci:** *E-WOM*, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian