

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA  
NETFLIX DI INDONESIA**

**Oleh:**

**Nama: Cynthia Eddja**

**NIM: 78170327**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan**

**Untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis**

**Program Studi Administrasi Bisnis**

**Konsentrasi Kewirausahaan**



**KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA  
SEPTEMBER 2021**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



**KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS**



## PENGESAHAN

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA NETFLIX DI INDONESIA

**Diajukan Oleh:**

**Nama : Cynthia Eddja**

**NIM : 78170327**

**Jakarta, 21 September 2021**

**Disetujui Oleh:**

Pembimbing

(Dr. Sylvia Sari Rosalina, S. Sos., M.Si.)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2021**

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

Cynthia Eddja / 78170327/ 2021 / Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Netflix di Indonesia / Pembimbing: Dr. Sylvia Sari Rosalina, S. Sos. M.Si.

Selama pandemi COVID-19, tren hiburan dalam ruangan mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi. Masyarakat lebih mengalokasikan pengeluarannya untuk layanan *streaming* video berlangganan berbayar dan penggunaannya terus meningkat. Salah satu perusahaan layanan *streaming* video berlangganan yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Netflix. Pengguna Netflix di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun walaupun sudah banyak pesaingnya yang menawarkan dengan harga yang kompetitif. Netflix juga terus melakukan inovasi dan perkembangan serta perbaikan pada kualitas layanannya dan terus melakukan promosi di berbagai media agar semakin dikenal oleh masyarakat di Indonesia. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia.

Dalam penelitian ini menggunakan teori-teori dari para ahli dan sumber lain untuk mendukung penelitian ini. Teori yang digunakan antara lain definisi kualitas layanan, harga, promosi, dan keputusan pembelian. Selain itu, didukung juga dengan teori hubungan kualitas layanan dengan keputusan pembelian, harga dengan keputusan pembelian, dan promosi dengan keputusan pembelian

Obyek penelitian ini adalah Netflix di Indonesia. Sampel penelitian ini adalah pengguna Netflix di Indonesia Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi dengan cara mengumpulkan kuisioner elektronik melalui media *Google Forms* dengan jumlah responden sebanyak 315 responden yang pernah menggunakan Netflix di Indonesia dalam waktu 1 tahun terakhir (April 2020 – April 2021). Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah PLS-SEM dengan menggunakan SmartPLS 3.3.3 dan SPSS 26.0 untuk uji validitas, reliabilitas, dan analisis deskriptif.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan promosi memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa bahwa kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

Cynthia Eddja / 78170327/ 2021 / *The Effect of Service Quality, Price, and Promotion on Purchasing Decisions of Netflix Users in Indonesia* / Advisor: Dr. Sylvia Sari Rosalina, S. Sos., M.Si.

*During the COVID-19 pandemic, the indoor entertainment trend experienced a fairly high growth. People allocate more of their spending to paid subscription video streaming services and their use continues to increase. One of the subscription video streaming service companies that is widely used by the Indonesian people is Netflix. Netflix users in Indonesia continue to increase from year to year even though many competitors offer competitive prices. Netflix also continues to innovate and develop as well as improve the quality of its services and continues to carry out promotions in various media so that it is increasingly recognized by the public in Indonesia. Therefore, this study was conducted to determine the effect of service quality, price, and promotion on the purchasing decisions of Netflix users in Indonesia. In this study uses theories from experts and other sources to support this research. The theory used includes the definition of service quality, price, promotion, and purchase decisions. In addition, it is also supported by the theory of the relationship between service quality and purchasing decisions, price and purchasing decisions, as well as promotions and purchasing decisions.*

*The object of this research is Netflix in Indonesia. The sample of this research is Netflix users in Indonesia. The data collection method in this study uses the communication method by collecting electronic questionnaires through Google Forms with a total of 315 respondents who have used Netflix in Indonesia within the last 1 year (April 2020 - April 2021). The data analysis technique used in this study was PLS-SEM using SmartPLS 3.3.3 and SPSS 26.0 for validity, reliability, and descriptive analysis.*

*This study shows that service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, price has a positive and significant effect on purchasing decisions, and promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

*The conclusion from the research results obtained shows that service quality, price, and promotion on the purchasing decisions of Netflix users in Indonesia have a positive and significant effect.*

*Keywords: Service Quality, Price, Promotion, Purchase Decision*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Netflix di Indonesia” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi kepada peneliti, maka dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendampingi peneliti dari awal sampai menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/ Saudara:

1. Ibu Dr. Sylvia Sari Rosalina, S. Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis dan dosen pembimbing skripsi peneliti yang telah membantu memberikan arahan, waktu, pikiran, dan tenaga kepada peneliti dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik, membimbing, serta memberikan bekal ilmu kepada peneliti hingga pada akhir studi kuliah.
3. Para karyawan di BAAK, perpustakaan, dan *copy centre* di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah dengan sangat ramah membantu peneliti selama proses perkuliahan sampai penyusunan skripsi.
4. Orang tua peneliti selalu mendoakan, mendukung, memotivasi, serta memberi semangat



untuk peneliti selama penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Teman selama masa kuliah dan seperjuangan skripsi, yang selalu mendukung peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu, khususnya Yella, Windy, Greta, Laura, Catherine, Steven, David, Aditya, Louis, Chelsea, dan Reinaldi.

6. Keluarga Mahasiswa Katolik (KMK) Kwik Kian Gie yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti secara akademis maupun nonakademis.

7. Pihak-pihak lain yang namanya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu peneliti selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna baik dalam kata-kata, tata bahasa, maupun kalimat yang digunakan. Maka dari itu penulis mengucapkan maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan. Semoga dengan adanya skripsi ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mereka yang membacanya.

Peneliti sangat menghargai saran dan kritik dari semua pihak yang membangun sebagai penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat untuk semua pihak. Atas perhatiannya, peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 22 Juni 2021

Cynthia Eddja

# DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	12
C. Batasan Masalah .....	12
D. Batasan Penelitian .....	13
E. Rumusan Masalah .....	13
F. Tujuan Penelitian .....	13
G. Manfaat Penelitian .....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	16
A. Landasan Teori .....	16
1. Pemasaran .....	16
2. Perilaku Konsumen .....	17



Hak cipta milik IBI Kias (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Produk.....	18
4. Jasa .....	21
5. Harga .....	24
6. Promosi.....	27
7. Keputusan Pembelian .....	30
B. Penelitian Terdahulu.....	34
C. Kerangka Pemikiran .....	40
1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	41
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
D. Hipotesis Penelitian .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Obyek Penelitian .....	44
B. Desain Penelitian .....	44
C. Variabel Penelitian .....	47
1. Variabel Eksogen/ Konstruk Eksogen.....	47
2. Variabel Endogen/ Konstruk Endogen.....	52
D. Teknik Pengumpulan Sampel.....	53
1. Penentuan Populasi.....	53
2. Penentuan Sampel .....	53
E. Teknik Pengumpulan Data .....	54
F. Teknik Analisis Data .....	56
1. Uji Validitas.....	56

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





2. Uji Reliabilitas.....	57
3. Analisis Deskriptif.....	58
4. <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	60
5. <i>Partial Least Squares - Structural Equation Modelling</i> (PLS-SEM).....	61
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	68
<b>A. Gambaran Umum Obyek Penelitian</b> .....	68
1. Sejarah Perusahaan.....	68
2. Layanan.....	69
<b>B. Uji Validitas dan Reliabilitas Pra Kuisisioner</b> .....	71
1. Uji Validitas.....	71
2. Uji Reliabilitas.....	73
<b>C. Analisis Deskriptif</b> .....	74
1. Analisis Karakteristik Responden.....	74
2. Analisis Variabel berdasarkan Jawaban Kuisisioner.....	79
3. Analisis Crosstabs.....	85
<b>D. Hasil Penelitian</b> .....	96
1. Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	96
2. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	103
<b>F. Pembahasan</b> .....	105
1. Hubungan Kualitas Layanan dengan Keputusan Pembelian.....	105
2. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian.....	107
3. Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	109
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	111

Hak cipta dilindungi Undang-Undang Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



A. Simpulan.....	111
B. <b>©</b> Saran .....	111
1. Bagi Perusahaan .....	111
2. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	111
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	111

**Hak cipta milik BI KIK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Alokasi Waktu Masyarakat Indonesia selama Pandemi COVID-19.....	2
Tabel 1.2	Aplikasi <i>Video on Demand</i> yang Sering Digunakan di Indonesia tahun 2020 .....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	34
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	34
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	35
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	35
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	36
Tabel 2.6	Penelitian Terdahulu Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	36
Tabel 2.7	Penelitian Terdahulu Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	37
Tabel 2.8	Penelitian Terdahulu Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 2.9	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Netflix .....	38
Tabel 2.10	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Netflix .....	39
Tabel 2.11	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Netflix .....	39
Tabel 3.1	Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan .....	48
Tabel 3.2	Dimensi dan Indikator Harga .....	49
Tabel 3.3	Dimensi dan Indikator Promosi.....	51
Tabel 3.4	Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....	52
Tabel 3.5	Skala Likert .....	55

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

He Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.1 Uji Validitas Kualitas Layanan, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian .....	72
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Kualitas Layanan, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.3 Persentase Responden yang Pernah Menggunakan Netflix di Indonesia.....	74
Tabel 4.4 Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Tabel 4.5 Persentase Responden berdasarkan Usia.....	75
Tabel 4.6 Persentase Responden berdasarkan Pekerjaan .....	76
Tabel 4.7 Persentase Responden berdasarkan Pendapatan.....	77
Tabel 4.8 Persentase Responden berdasarkan Durasi Penggunaan Netflix Indonesia.....	78
Tabel 4.9 Persentase Responden berdasarkan Media Promosi Netflix Indonesia yang Sering Dilihat .....	78
Tabel 4.10 Nilai Rata-rata Kualitas Layanan .....	79
Tabel 4.11 Nilai Rata-rata Harga.....	81
Tabel 4.12 Nilai Rata-rata Promosi .....	82
Tabel 4.13 Nilai Rata-rata Keputusan Pembelian .....	83
Tabel 4.14 Crosstab Jenis Kelamin dengan Usia .....	85
Tabel 4.15 Crosstab Jenis Kelamin dengan Pekerjaan.....	85
Tabel 4.16 Crosstab Jenis Kelamin dengan Pendapatan .....	86
Tabel 4.17 Crosstab Jenis Kelamin dengan Durasi Penggunaan .....	87
Tabel 4.18 Crosstab Jenis Kelamin dengan Media Promosi Netflix Indonesia yang Sering Dilihat .....	87
Tabel 4.19 Crosstab Usia dengan Pekerjaan .....	89
Tabel 4.20 Crosstab Usia dengan Pendapatan.....	89
Tabel 4.21 Crosstab Usia dengan Durasi Penggunaan.....	90
Tabel 4.22 Crosstab Usia dengan Media Promosi Netflix Indonesia yang Sering Dilihat .....	91

Hak cipta milik IBIKKG (Sistem Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,  
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.23 Crosstab Pekerjaan dengan Pendapatan .....	92
Tabel 4.24 Crosstab Pekerjaan dengan Durasi Penggunaan.....	94
Tabel 4.25 Crosstab Pekerjaan dengan Media Promosi Netflix Indonesia yang Sering Dilihat .....	95
Tabel 4.26 Nilai Outer Loadings Pengujian Pertama .....	96
Tabel 4.27 Nilai Outer Loadings Pengujian Kedua.....	98
Tabel 4.28 Nilai Outer Loadings Pengujian Ketiga .....	99
Tabel 4.29 Average Variance Extracted (AVE).....	100
Tabel 4.30 Nilai Cross-Loadings.....	101
Tabel 4.31 Nilai Fornell Larcker Criterion.....	102
Tabel 4.32 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	103
Tabel 4.33 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	103
Tabel 4.34 Nilai Koefisien Jalur dan Nilai p (p-value) .....	104

1. Dilarang menyalin atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan Streaming Netflix di Indonesia tahun 2017-2020 .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	43
Gambar 3.1 Diagram Jalur.....	61
Gambar 4.1 Logo Netflix.....	68
Gambar 4.2 Tampilan Visual Situs Netflix di Indonesia pada Komputer.....	70
Gambar 4.3 Tampilan Fitur Notifikasi Aplikasi Netflix di Indonesia pada Ponsel .....	71



1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

1.	Lampiran 1 Pra Kuisisioner dan Kuisisioner Penelitian .....	121
	Lampiran 2 Data Pra Kuisisioner dan Kuisisioner .....	126
A.	Data Hasil Pra Kuisisioner 30 Responden .....	126
B.	Data Hasil Kuisisioner 315 Responden.....	130
	Lampiran 3 Hasil Pengujian .....	170
A.	Hasil Uji Validitas Pra Kuisisioner 30 Responden .....	170
B.	Hasil Uji Reliabilitas Pra Kuisisioner 30 Responden .....	174
C.	Hasil Analisis Frekuensi Kuisisioner .....	175
D.	Hasil Analisis Deskriptif: Rata-rata (Mean).....	186
E.	Hasil Analisis Crosstabs .....	187
F.	Hasil Evaluasi Model Pengukuran ( <i>outer model</i> ) .....	196
G.	Hasil Evaluasi Model Struktural ( <i>inner model</i> ).....	200

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.