



# PENGARUH GAYA HIDUP DAN KEPERIBADIAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LAYANAN PREMIUM APLIKASI STREAMING NETFLIX

DI JAKARTA

JEREMY INLY

[24219124@student.kwikkiangie.ac.id](mailto:24219124@student.kwikkiangie.ac.id)

Tony Sitinjak

[tony.sitinjak@kwikkiangie.ac.id](mailto:tony.sitinjak@kwikkiangie.ac.id)

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie JL. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

## ABSTRAK

Layanan *Video On Demand* (VOD). *Video On Demand* (VOD) adalah layanan televisi interaktif yang dapat disaksikan melalui internet. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan perkembangan internet adalah Netflix. Netflix memiliki lebih dari 220 juta pelanggan di seluruh dunia, mengungguli HBO Max dan Disney plus. Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan Netflix yang tercepat dalam perkembangan pengguna Netflix, akan tetapi dalam kenyataannya Netflix juga telah kehilangan 200 ribu pelanggannya pada kuartal I 2022. Terdapat faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu gaya hidup dan keperibadian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan keperibadian terhadap keputusan pembelian konsumen layanan premium aplikasi streaming Netflix di Jakarta.

Perilaku konsumen adalah tingkah laku tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan membuang produk jasa, pengalaman, atau ide untuk kepuasan. gaya hidup dapat dinyatakan sebagai pola hidup yang teresekresi dalam aktivitas, minat dan opini seseorang.

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen layanan premium aplikasi streaming Netflix di Jakarta. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara observasi dan penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jumlah sampel 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis. Hasil data penelirian diolah dengan menggunakan program IBM SPSS *Statistic 25*.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi yaitu residu berdistribusi normal, terjadi heterokodesitas pada variabl gaya hidup dan tidak terdapat heteroskedastisitas pada variabel keperibadian, dan tidak terdapat multikolinearitas. Hasil analisis regresi berganda menentukan model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh gaya hidup dan keperibadian terhadap keputusan pembelian.



Kesimpulan dari penelitian ini adalah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming Netflix di Jakarta. Kepribadian berpengaruh terhadap keputusan pembelian layanan premium aplikasi streaming Netflix di Jakarta.

**Kata Kunci: Gaya Hidup, Kepribadian, Keputusan Pembelian.**

## ABSTRACT

*Jeremy Inly / 24219124 / The Influence of Lifestyle and Personality on the Consumer Purchasing Decision Process Premium Service Streaming Application Netflix in Jakarta / Supervisor: Dr.Toni Sitinjak, M. M.*

*Video On Demand (VOD) services. Video On Demand (VOD) is an interactive television service that can be watched via the internet. One company that has taken advantage of internet development is Netflix. Netflix has more than 220 million subscribers worldwide, ahead of HBO Max and Disney plus. Indonesia is the country with the fastest Netflix growth in terms of Netflix user development, but in reality Netflix has also lost 200 thousand of its subscribers in the first quarter of 2022. There are factors that can influence purchasing decisions, namely lifestyle and personality. The purpose of this study was to determine the influence of lifestyle and personality on consumer purchasing decisions for the premium service of the Netflix streaming application in Jakarta.*

*Consumer behavior is behavior about individuals, groups, or organizations and the processes they use to select, secure, use, and dispose of products, services, experiences, or ideas for satisfaction. Lifestyle can be expressed as a lifestyle that is expressed in one's activities, interests and opinions.*

*The subjects in this study were consumers of the Netflix streaming application premium service in Jakarta. Data collection techniques used by observation and distribution of questionnaires. The sampling technique in this study was non-probability sampling with a total sample of 100 people. The data analysis techniques used in this research are validity test, reliability test, descriptive analysis, classical assumption test, and multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of the research data were processed using the IBM SPSS Statistics 25 program.*

*The results of the classical assumption test show that the regression model meets the assumptions, namely the residuals are normally distributed, there is no heteroscedasticity, and there is no multicollinearity. The results of multiple regression analysis determine the regression model can be used to predict the influence of lifestyle and personality on purchasing decisions.*

*The conclusion of this study is that lifestyle influences the decision to purchase the Netflix streaming application premium service in Jakarta. Personality influences the decision to purchase the Netflix streaming application premium service in Jakarta.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
Penyalinan sebagian atau seluruh isi buku ini diperbolehkan secara terbatas untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya tulis, dan penyusunan laporan, dengan mencantumkan sumber dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta milik IBIKKG. Banned from printing and distribution without permission from the author.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya tulis, dan penyusunan laporan, dengan mencantumkan sumber dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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



**Keywords: Lifestyle, Personality, Purchase Decision.**

## PENDAHULUAN

Saat ini telah memasuki era digitalisasi 4.0 yang menjadikan internet berperan dalam mendukung serta memudahkan manusia dalam kegiatannya sehari – hari melalui berbagai macam teknologi yang ada. Interconnection networking atau yang disebut dengan internet merupakan suatu jaringan yang berfungsi dalam menghubungkan antara satu media elektronik dengan media elektronik yang lain dengan cepat dan tepat. Jaringan komunikasi tersebut, akan menyampaikan beberapa informasi yang dikirim melalui transmisi sinyal dengan frekuensi yang telah disesuaikan. Internet sudah melalui beberapa perkembangan sampai saat ini. Mulai dari kalangan muda hingga kalangan dewasa, mayoritas menggunakan internet sebagai media bantu dalam mengerjakan dan menghubungkan berbagai aktifitas aktivitas manusia secara efektif, akurat dan efisien.

VOD merupakan salah satu hiburan yang kian diminati masyarakat, terutama oleh anak muda. Kebebasan dalam memilih film atau series yang ingin disaksikan menjadi keunggulan yang dimiliki oleh VOD. Dunia hiburan digital semakin cepat dalam berevolusi dengan ditandainya oleh masyarakat tidak lagi mengandalkan televisi, karena sudah tersedia layanan VOD yang tidak perlu menunggu waktu tayang. Netflix memiliki lebih dari 220 juta pelanggan di seluruh dunia, mengungguli HBO Max dengan 74 juta pelanggan dan Disney Plus dengan 87,6 juta pelanggan. Penurunan pelanggan Netflix diduga karena meredanya pandemi Corona.

Menurut (Dewi,2015) gaya hidup adalah pola hidup seorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu.

Selain itu, faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kepribadian. Kepribadian adalah ciri, karakteristik, gaya atau sifat-sifat yang memang khas dikaitkan dengan diri seorang. Menurut (Maryam,2017) dapat dikatakan kepribadian itu bersumber dari lingkungan, misalnya bentukan keluarga pada masa kecil dan bawaan sejak lahir misalnya orang tua membiasakan anak untuk menyelesaikan pekerjaan sendiri, menyelesaikan setiap permasalahan bersama sama, tidak mudah tersinggung atau mudah marah dan harus bersikap optimis.

## KAJIAN PUSTAKA

### A. Pengertian Gaya Hidup

Pengertian gaya hidup menurut Indriwati (2017:9) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Orang-orang yang berasal dari sub-budaya, kelas social, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda.

### B. Pengertian Kepribadian

Pengertian kepribadian menurut Handyanto Widjojo (2017:21) adalah suatu kumpulan karakteristik psikologis unik yang mempengaruhi cara se-seorang memberi respon terhadap situasi dilingkungan tertentu.

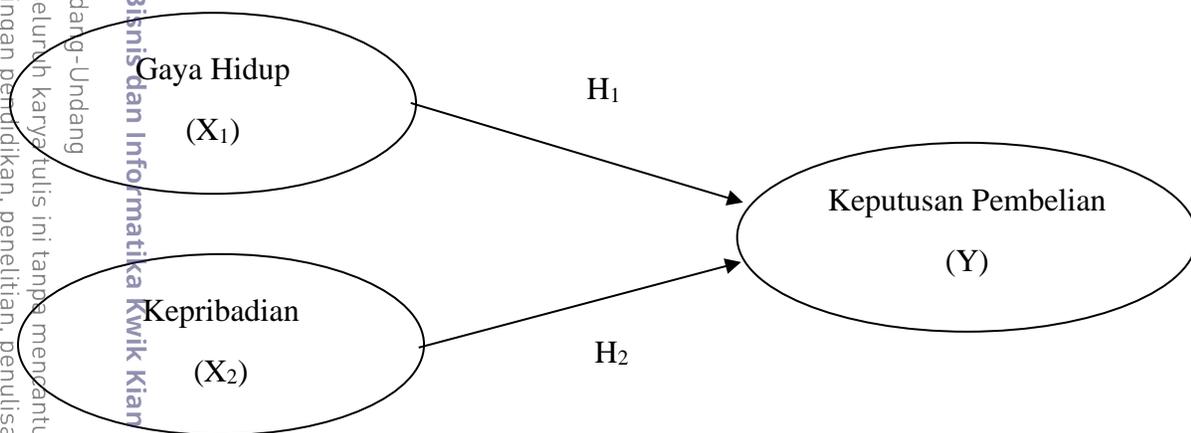


### C. Pengertian Keputusan Pembelian

Pengertian menurut Tjiptono (2016:22) Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:158) mengemukakan, Konsumen membuat banyak keputusan pembelian setiap hari, dan keputusan pembelian adalah fokusnya titik upaya pemasar. Sebagian besar perusahaan besar meneliti keputusan pembelian konsumen di Indonesia sangat detail untuk menjawab pertanyaan tentang apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana banyak yang mereka beli ketika mereka membeli, dan mengapa mereka membeli.

### HIPOTESIS PENELITIAN



H1: Ada pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan keputusan pembelian.

H2: Ada pengaruh Kepribadian terhadap keputusan pembelian.

### METODE PENELITIAN

#### A. Objek Penelitian

Obyek yang diteliti pada penelitian ini adalah layanan aplikasi premium Netflix dan yang menjadi subjek yang diteliti pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah menggunakan layanan aplikasi premium Netflix di Jakarta lebih dari 1 kali. Dalam melakukan penelitian, peneliti akan menyebarkan kuesioner yang berupa *google form* di Jakarta.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146-148), desain penelitian adalah strategi awal dalam melakukan pengumpulan, pengukuran, dan menafsirkan data dan dapat membantu

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantumkan 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.



peneliti dalam membuat keputusan penting dalam penelitian. terdapat delapan pendekatan dalam desain penelitian bila dilihat dari perspektif yang berbeda.

### C. Variabel Penelitian

Variabel Independen :

1. Kepribadian
2. Gaya Hidup

Variabel Dependen :

1. Keputusan Pembelian

### D. Teknik Pengambilan Sample

Teknik pengumpulan sampel yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan *non probability sampling* dengan metode *judgmentl sampling*. Pengambilan data menggunakan sampel *non profability sampling* mengacu pada fakta bahwa tidak setiap anggota populasi atau sampel akan dipilih secara acak (Sugiyono, 2019:131). Dalam melakukan teknik pengumpulan sampel pada umumnya, setidaknya dibutuhkan lima kali lebih banyak sampel untuk menilai jumlah pada indikator pertanyaan (Hair et, al., 2017). Pada penelitian ini ukuran sampel penelitian ditentukan menjadi  $20 \times 5 = 100$  responden

Kuesioner akan disebarakan secara langsung kepada responden – responden dengan memberikan beberapa pertanyaan berkaitan dengan gaya hidup, kepribadian, dan keputusan pembelian layanan aplikasi Netflix. Kuesioner yang disebarakan akan memiliki skala *likert* dengan skor 1 – 5.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang terdapat pada panelitian ini menggunakan dua teknik yaitu observasi dan komunikasi yang akan menghasilkan data sekunder dan data primer. Data sekunder didapatkan berdasarkan observasi dari buku, jurnal, dan website yang berkaitan dengan penelitian ini. Sedangkan data primer dihasilkan berdasarkan komunikasi antara peneliti dan responden dengan menggunakan kuesioner yang akan disebarakan. Kuesioner akan disebarakan kepada pengguna layanan aplikasi Netflix di Jakarta yang berlangganan lebih dari 1 kali.

### F. Teknik Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan seberapa baik suatu alat ukur dapat menangkap objek yang diukur. Rumus dalam uji validitas adalah  $df = n - 2$  yang dimakana digunakan dalam uji signifikansi.  $n$  dalam rumus uji validitas adalah sampel. Uji signifikansi dilakukan dengan melakukan perbandingan antara nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Indikasi tersebut dapat dianggap sah jika  $r$  hitung melebihi  $r$  tabel dan memiliki nilai positif, jika hasil uji signifikansi sebagai berikut maka valid (Duli, 2020:103)

#### 2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah konsistensi data yang dihasilkan oleh objek yang sama dalam pengukuran (Sugiyono, 2019:130). Bagaimana tanggapan responden terhadap kuesioner berpengaruh terhadap reliabel atau tidak reliabel sebuah kuesioner. Kuesioner yang realibel



memiliki jawaban yang konsisten. Pengukuran reliabilitas dilihat dari hasil yang didapatkan, jika *cronbach alpha* mencapai 0,80 maka dianggap sangat baik, antara 0,70 hingga 0,80 maka dianggap diterima, dan reliabilitas dibawah 0,60 maka dianggap sangat buruk (Sekaran dan Bougie, 2017:115).

### 3. Analisis Deskriptif

Merupakan pengujian melalui rata-rata dan akan dijelaskan melalui rentang skala dari suatu karakteristik yang diteliti.

### 4. Uji Asumsi Klasik :

- a. Uji Normalitas
- b. Uji Multikolinieritas
- c. Uji Heteroskedasitas

### 5. Analisis Berganda

- a. Uji Parsial ( Uji F)
- b. Uji Signifikan Koefisien ( Uji t)
- c. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

## HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### Analisis Profil Responden

##### A. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Presentase
Laki - Laki	52	52%
Wanita	48	48%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

##### B. Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Presentase
17-20	22	22%
20-25	49	49%
25-30	18	18%
30	11	11%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

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



### C. Pendidikan Responden

Usia	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Presentase
SMP	1	1%
SMA/K	51	51%
DIPLOMA	25	23%
STRATA1	22	22%
LAINNYA	1	1%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

### D. Pengeluaran Per Bulan Responden

Usia	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Presentase
<Rp. 3.000.000	52	52%
Rp. 3.000.000 - Rp. 3.500.000	40	40%
>Rp. 3.500.000 - Rp. 4.000.000	7	7%
>Rp. 5.000.000	1	1%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

### E. Status Pekerjaan Responden

Usia	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Presentase
PNS	6	6%
WIRUSAHA	15	15%
KARYAWAN SWASTA	55	55%
PELAJAR/MAHASISWA	23	23%
LAINNYA	1	1%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

### Hasil Uji Validitas

#### a) Variabel Gaya Hidup (X1)

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	Menggunakan layanan Netflix memiliki peran penting dalam aktivitas sehari – hari	0,888	0,361	Valid
2	Menonton streaming Netflix untuk mengisi waktu luang.	0,837	0,361	Valid
3	Menonton streaming Netflix untuk mengisi waktu keluarga	0,811	0,361	Valid
4	Ketertarikan dengan fitur Netflix yang lengkap	0,783	0,361	Valid
5	Menggunakan layanan Netflix menjadi prioritas dibandingkan dengan layanan hiburan lainnya..	0,771	0,361	Valid
6	Menggunakan layanan Netflix sangat menyenangkan	0,822	0,361	Valid
7	Menonton Netflix sudah menjadi gaya hidup saat ini	0,879	0,361	Valid
8	Menonton Netflix dapat meningkatkan kepercayaan diri.	0,774	0,361	Valid
9	Menonton Netflix menjadi trend anak muda saat ini	0,786	0,361	Valid

#### b) Variabel Kepribadian (X2)

No.	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	Saya sangat nyaman menggunakan layanan aplikasi streaming Netflix	0,714	0,361	Valid
2	layanan aplikasi streaming Netflix ini cocok untuk orang yang riang dan supel.	0,812	0,361	Valid
3	Aplikasi streaming netflix ini sangat cocok untuk gaya hidup anak muda yang suka berkumpul	0,719	0,361	Valid
4	Saya merasa mengisi waktu luang ketika menonton layanan premium Netflix ditengah kebosanan	0,751	0,361	Valid
5	Saya merasa nyaman ketika menikmati layanan premium Netflix.	0,708	0,361	Valid
6	Saya merasa senang dengan layanan premium netflix	0,513	0,361	Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



7	Saya percaya dengan layanan premium Netflix ini	0,732	0,361	Valid
8	Layanan Netflix kooperatif dengan pengguna aplikasi premium.	0,714	0,361	Valid
9	Layanan Netflix sangat murah untuk dibeli	0,812	0,361	Valid

**c) Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	Saya memilih Layanan premium Netflix karena kualitas yang premium.	0,811	0,361	Valid
2	Saya memilih Layanan premium Netflix dengan harga dan kualitas terjangkau.	0,860	0,361	Valid
3	Saya memilih Layanan premium Netflix karena mudah digunakan.	0,853	0,361	Valid
4	Saya akhirnya memilih aplikasi Netflix setelah membandingkan dengan merek lain.	0,836	0,361	Valid
5	Saya akhirnya memilih aplikasi Netflix setelah melalui banyak pertimbangan.	0,891	0,361	Valid
6	Saya memilih layanan aplikasi Netflix karena memiliki berbagai jenis pembayaran.	0,844	0,361	Valid
7	Saya memilih layanan aplikasi Netflix karena memiliki pilihan film dan series yang beragam.	0,910	0,361	Valid
8	Saya memilih layanan premium Netflix karena memiliki pilihan waktu berlangganan yang beragam dibandingkan aplikasi lainnya.	0,852	0,361	Valid
9	Saya memilih layanan premium Netflix karena Netflix memberikan pilihan yang beragam dalam jumlah pembelian	0,862	0,361	Valid

**Hasil Uji Reabilitas**

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Sig	Keterangan
	Gaya hidup	0,937	0,60	Reliabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



2	Kepribadian	0,877	0,60	Reliabel
3	Produktivitas Karyawan	0,955	0,60	Reliabel

### Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
Asymp.Sig. (2-tailed)	0,200

### Hasil Uji Heterokedasitas

Variabel	Sig	Hasil
Gaya hidup	0,002	Terjadi Heteroskedasitas
Stres	0,125	Tidak Terjadi Heteroskedasitas

### Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Gaya hidup	0,788	1,269
Kepribadian	0,776	1,158

### Hasil Uji F

Model	f	Sig.
Regresion	61,975	0,000

### Hasil Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	1.437	.154
Gaya hidup (X1)	3.222	.002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institusional dan Informasional Kwik Kian Gie

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.



Kepribadian (X <sub>2</sub> )	7.975	.000
-------------------------------	-------	------

### Hasil Koefisien Determinasi

R Square (R <sup>2</sup> )
0,561

## B. PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Diketahui bahwa variabel gaya hidup (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli (Y). Gaya hidup dapat dinyatakan sebagai pola hidup yang terespresasi dalam aktivitas, minat dan opini seseorang (Hardius Usman dan Nurdin Sobari, 2020:121). Gaya hidup memengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian, maka dari itu gaya hidup sangat berkaitan dengan keputusan pembelian. Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ryan Tantri Andiand Mochammad Mukti Ali (2019), Laili Nur Afida (2021), Abd. Rahman , Nining Andini (2018)

### 2. Pengaruh Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian

Diketahui bahwa variabel kepribadian (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli (Y). Pengertian kepribadian menurut Handyanto Widjojo (2017:21) adalah suatu kumpulan karakteristik psikologis unik yang mempengaruhi cara se-sorang memberi respon terhadap situasi dilingkungan tertentu. Kepribadian memengaruhi seseorang dalam menentukan pembelian, maka dari itu kepribadian sangat berkaitan dengan keputusan pembelian. Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ryan Tantri Andiand Mochammad Mukti Ali (2019), Laili Nur Afida (2021), Abd. Rahman , Nining Andini (2018)

## SIMPULAN DAN SARAN

### A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan pembelian konsumen layanan aplikasi *streaming* Netflix di Jakarta, maka didapatkan simpulan sebagai berikut:

1. Hasil Uji Gaya Hidup yang bisa dikategorikan sebagai Experientials berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dikarenakan setelah diteliti Gaya Hidup ini memasuki kategori Experientials yang mendefinisikan bahwa pengguna ini suka membelanjakan hartanya untuk keperluan barang hiburan, hobi, dan kesenangan. Ini termasuk signifikan untuk keputusan pembelian Netflix.
2. Hasil Uji Kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hak Cipta © 2021 oleh Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dan Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

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



## B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa hal yang disarankan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Netflix harus meningkatkan layanan hiburan untuk menjadi prioritas bagi pengguna dan Netflix meningkatkan fitur lebih lengkap.
2. Netflix harus tetap mempertahankan kepercayaan diri bagi konsumen untuk menikmati layanan aplikasi streaming Netflix.
  - a. Penguatiran hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
3. Netflix harus memperkuat target keputusan pembelian dan cekatan dalam mencari konsumen untuk menarik para calon pelanggan Netflix.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Alfabeta Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian. Edisi 6b. Salemba Empat.
- Cetakan Pertama, Selaman: CV Budi Utama. Gozali, I. (2018), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25
- Cooper, D.R., & Schindler, P.S. (2017). Metode Penelitian Bisnis (R. Wijayanti & G.Gania). Edisi 12. Salemba Empat. Duli, N., (2020). Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisa Data Dengan SPSS.
- Edisi 9, Semarang: Undip. Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan P (Cooper, 2017) Penerbit UNDIP.
- Jaya, I.M.L.M. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Priyatno. 2013. Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS. Mediakom.
- Sudarmanto. 2010. Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM (Teori, Dimensi Pengukuran dan Implementasi dalam Organisasi). Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

### Sumber Jurnal:

- Imbari, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank BCA Cabang Purwakarta). Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol 5.
- Maulina, I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Citra Bank dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA di Surabaya. Jurnal Ilmu Ekonomi Perbanas.



Putra, M.A. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BCA Cabang Kanjengan Semarang. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.



Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
© Hak Cipta Milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

### Sumber Website:

Burhan, F.A. (2022). Netflix Kehilangan 970 Ribu Pelanggan, Terparah Sepanjang Sejarah. Katadata.co. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/62d8be29d591e/netflix-kehilangan-970-ribu-pelanggan-terparah-sepanjang-sejarah>

Djini, V.A. (2022). Jumlah Pelanggan Netflix Berkurang Hingga 970 Ribu di Kuartal II 2022. Databooks.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/23/pelanggan-netflix-berkurang-hingga-970-ribu-di-kuartal-ii-2022>

Firdaus, F. (2022). Penyebab Saham Netflix Turun: Investor Kecewa Target Pelanggan Baru Kerendahan.Bisnis.com. <https://market.bisnis.com/read/20220121/7/1491787/penyebab-saham-netflix-turun-investor-kecewa-target-pelanggan-baru-kerendahan>

Riyanto, G.P. (2022). Pelanggan Berkurang 200.000, Netflix Salahkan Kebiasaan Berbagi “Password”.Kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2022/04/20/11310067/pelanggan-berkurang-200000-netflix-salahkan-kebiasaan-berbagi-password?page=all>

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I :

JEKETHY DWY

N I M :

24216124

Tanggal Sidang :

29 April 2023

Judul Karya Akhir :

Pengaruh Gaya Hidup dan Perilaku Terhadap  
Proses Perubahan Pembelian Konsumen Layanan  
Permainan Aplikasi Streaming Netflix di Jakarta

Jakarta, 30 / Mei 20 23

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



JEKETHY DWY  
(.....)

[Signature]  
Pembimbing Informatika Kwik Kian Gie  
(.....)