

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI HARGA,  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
LAYANAN NETFLIX DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**MUHAMMAD ZAHWALUDIN SYACH**

**203402516239**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2024**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI HARGA,  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
LAYANAN NETFLIX DI JAKARTA SELATAN**

Tugas akhir ini sebagai ajuan untuk salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nasional

Nama Mahasiswa :

**MUHAMMAD ZAHWALUDIN SYACH**

**203402516239**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI HARGA,  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
LAYANAN NETFLIX DI JAKARTA SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan- kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 5 Februari 2024



**Muhammad Zahwaludin Syach**

**NPM: 203402516239**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,  
PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
LAYANAN NETFLIX DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Zahwaludin Syach**

Nomor Pokok : **203402516239**

Program Studi : **Manajemen**



Jakarta: 29 Februari 2024

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,  
PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
LAYANAN NETFLIX DI JAKARTA SELATAN**


Nama Mahasiswa : **Muhammad Zahwaludin Syach**

Nomor Pokok : **203402516239**

Program Studi : **Manajemen**

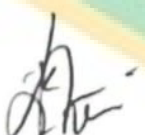
Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional


**Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,**

  
(Dr. Eddy Guridno, SE., M.Si.M.)

**Ketua Penguji,**

**Anggota Penguji,**

  
(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

  
(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

**Mengetahui  
Dekan,**  
  
(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta: 29 Februari 2024

Tanggal Lulus: 29 Februari 2024

## ABSTRAK

### **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN NETFLIX DI JAKARTA SELATAN**

Oleh:

Muhammad Zahwaludin Syach

NPM: 203402516239

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Layanan Netflix di Jakarta Selatan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif. Data Penelitian ini menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna layanan Netflix dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda yang menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 26.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan perhatian penyedia layanan streaming media digital khususnya perusahaan Netflix mengenai *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Harga, dan Citra Merek yang dapat meningkatkan penjualan.

**Kata Kunci:** *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, PRICE PERCEPTIONS, AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION NETFLIX SERVICES IN SOUTH JAKARTA***

*By:*

Muhammad Zahwaludin Syach

NPM: 203402516239

*Thesis, under the guidance Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.*

*This research aims to analyze The Effect Of Electronic Word Of Mouth, Price Perception and Brand Image on the Netflix Service Purchase Decision in South Jakarta. The research method used in this research is a quantitative research method. The data this research uses primary data through questionnaires to 100 respondents who use Netflix services using a purposive sampling technique. The data analysis technique uses descriptive analysis and multiple linear regression and uses the help of the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 26 program.*

*The results of multiple linear regression analysis show that the Electronic Word of Mouth has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Price Perception has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, and Brand Image has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. It is hoped that the results of this research will increase the attention of digital media streaming service providers, especially the Netflix company, regarding Electronic Word of Mouth, Price Perception and Brand Image which can increase sales.*

***Keywords:*** *Electronic Word of Mouth, Price Perception, Brand Image and Purchase Decision.*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. BIODATA DIRI

1. Nama : Muhammad Zahwaludin Syach
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 04 April 2002
3. Jenis Kelamin : Laki- Laki
4. Alamat : Jl. Menteng Wadas 4 No. 15 RT. 010/  
RW. 001 Kel. Pasar Manggis Kec.  
Setiabudi ,Jakarta Selatan
5. No. Handphone : 089637782794
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : [zahwal274@gmail.com](mailto:zahwal274@gmail.com)

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2008 – 2014 : SDN Pasar Manggis 01 Pagi
2. 2014 – 2017 : SMPN 67 Jakarta
3. 2017 – 2020 : SMKN 2 Jakarta

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar- benarnya dan penuh rasa tanggung jawab. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Jakarta, 5 Februari 2024



**Muhammad Zahwaludin Syach**

**203402516239**



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Netflix Di Jakarta Selatan” dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Adapun maksud dan tujuan penulisan tugas akhir ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1), pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Nasional Jakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memotivasi, serta memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat.
6. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah mengajarkan, memberikan ilmu pengetahuan dan hikmah bagi anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar serta mengajar.

8. Kepada seluruh Staf Administrasi dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir.
9. Teruntuk kedua orang tua saya, abang dan adik saya yang tiada hentinya selalu mendoakan, memberi dukungan, memotivasi, menguatkan serta selalu ada dalam situasi apapun selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan waktu yang tepat.
10. Kepada teman-teman seperjuangan saya Mulya Haikal Kurniawan, Andika Setiawan, Harlan Riskiawan yang telah membantu mengajarkan, memberi motivasi, informasi, support, semangat dan memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis
12. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan selama menyusun tugas akhir ini

Penulis menyadari dalam menyusun tugas akhir ini masih banyak kekurangan baik dari isi maupun susunan dalam penulisan. Dari pada itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca.

Terimakasih,

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 5 Februari 2024

Penulis,



**Muhammad Zahwaludin Syach**

**NPM: 203402516239**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)</b>	
<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II.....</b>	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
A. Manajemen Pemasaran.....	6
1. Pemasaran .....	6
2. Manajemen Pemasaran .....	7

3. Pemasaran Jasa.....	9
4. <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	12
5. Persepsi Harga .....	14
6. Citra Merek .....	15
7. Keputusan Pembelian.....	18
B. Keterkaitan antar Variabel Penelitian .....	19
C. Hasil Penelitian yang sesuai sebagai Rujukan Penelitian. ....	21
D. Kerangka Analisis.....	25
E. Hipotesis .....	26
<b>BAB III .....</b>	<b>28</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Objek Penelitian.....	28
B. Data Penelitian.....	28
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	28
2. Populasi dan Sampel.....	29
C. Teknik Pengumpulan Data.....	30
D. Definisi Operasional Variabel .....	31
1. Definisi Operasional .....	31
2. Definisi dan Macam-macam Variabel Penelitian .....	33
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	33
1. Metode Analisis .....	33
2. Uji Instrumen Penelitian .....	35
3. Uji Asumsi Klasik.....	35
4. Uji Kelayakan Model .....	37
5. Uji Hipotesis (Uji t) .....	37

<b>BAB IV .....</b>	<b>38</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Hasil Penelitian .....	38
B. Pembahasan .....	57
<b>BAB V .....</b>	<b>60</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Keterangan	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Analisis.....	26
Gambar 4. 1 Logo Aplikasi Netflix.....	39
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	41
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	42



## DAFTAR TABEL

Keterangan	Halaman
Tabel 1. 1 Pengguna Netflix di Indonesia Pada Tahun 2020-2022 .....	2
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian yang sesuai sebagai Rujukan Penelitian .....	21
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert .....	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional .....	32
Tabel 4. 1 Total Skor Mean <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1) .....	43
Tabel 4. 2 Total Skor Mean Persepsi Harga (X2) .....	45
Tabel 4. 3 Total Skor Mean Citra Merek (X3) .....	46
Tabel 4. 4 Total Skor Mean Keputusan Pembelian (Y) .....	47
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas .....	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov- Smirnov .....	50
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Autokorelasi .....	52
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji F .....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

### **Keterangan**

Lampiran 1 Kuesioner Responden

Lampiran 2 Data Tabulasi Penelitian

Lampiran 3 Output SPSS

Lampiran 4 Hasil Uji Plagiarisme

Lampiran 5 Surat Konsultasi Bimbingan

