

**ANALISIS LAYANAN STREAMING NETFLIX BASED CUSTOMER SATISFACTION
DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY DI SOLORAYA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

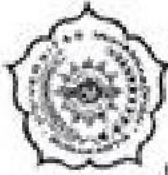
Muhammad Rafi Hendiawan Saputra

B100180029

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2022**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.461 Surakarta

FORM PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Selasa, 24 Januari 2022

Assalamu'alaikum wr wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini Dosen Pembimbing skripsi menyatakan

Nama Mahasiswa : Muhammad Rafi Hendiawan S
NIM : B100180029
Judul Skripsi : Analisis Layanan *Streaming Netflix Based Customer Satisfaction dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty di Soloraya*
Pembimbing : Dr. Moechammad Nasir, SE., M.M.

bahwa skripsi dari mahasiswa tersebut telah melakukan proses pembimbingan sesuai prosedur yang telah ditetapkan dan disetujui untuk menempuh ujian skripsi. Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih

Wasalamu'alaikum salam wr wb

Surakarta, 24 Januari 2022

Dosen Pembimbing

(Dr. Moechammad Nasir, SE., M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS LAYANAN STREAMING NETFLIX BASED CUSTOMER SATISFACTION
DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY DI SOLORAYA**

Oleh :

MUHAMMAD RAFI HENDIAWAN SAPUTRA

B100180029

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal : 27 Januari 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Moechammad Nasir, MM.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Sri Murwanti, S.E., M.M.
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si
(Anggota II Dewan Penguji)

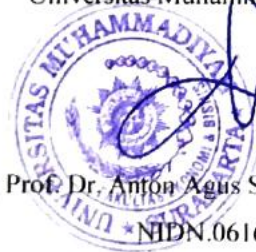

.....

.....

.....

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Prof. Dr. Anjon Agus Setyawan, S.E., M.Si.)

NIDN.0616087401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **MUHAMMAD RAFI HENDIAWAN SAPUTRA**

NIM : **B 100 1800 29**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS LAYANAN STREAMING NETFLIX BASED
CUSTOMER SATISFACTION DAN BRAND
TRUST BRAND LOYALTY DI SOLORAYA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 18 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,

MUHAMMAD RAFI H S

MOTTO

“Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil tapi berusahalah menjadi manusia yang berguna”

(Albert Einstein)

“Allah tidak akan menguji hamba-nya di luar batas kemampuannya”

(QS Al-Baqarah: 286)

“Raihlah ilmu, dan untuk meraih ilmu belajarlah keadaan tenang dan sabar”

(Umar bin Khattab)

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya tulis ini dengan rasa syukur kepada:

1. Allah SWT atas semua rahmat karena telah diberikan kemudahan serta kelancaran sehingga dalam penulisan karya tulis ini dapat terselesaikan.
2. Kedua orang tua saya Bapak dan Ibu atas doa, dukungan, kasih sayang, serta pengorbanan yang telah dicurahkan kepada saya.
3. Teman-teman dan sahabat yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi.
4. Almamater saya, Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan saya ilmu serta pengalaman.

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membahas pengaruh *customer satisfaction* dan *brand trust* terhadap *Brand Loyalty* layanan *streaming* Netflix di Soloraya. Sedangkan perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah *customer satisfaction* dan *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* layanan *streaming* Netflix di Soloraya. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu diduga *customer satisfaction* dan *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* layanan *streaming* Netflix di Soloraya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berlangganan layanan *streaming* Netflix di Soloraya dengan sampel 180 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner dengan *Google Form*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS versi 3.0. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* dan *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*.

Kata kunci : *Customer Satisfaction, Brand Trust, Brand Loyalty,*

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze and discuss the effect of customer satisfaction and brand trust on Brand Loyalty of Netflix streaming services in Soloraya. Meanwhile, the formulation of the problem in this study is whether customer satisfaction and brand trust have a significant effect on brand loyalty for Netflix streaming services in Soloraya. The hypothesis proposed in this study is that customer satisfaction and brand trust have a significant effect on brand loyalty for Netflix streaming services in Soloraya. The population in this study is all people who subscribe to the Netflix streaming service in Soloraya with a sample of 180 respondents. The sampling technique in this study used non-probability sampling with a purposive sampling approach. The technique of collecting data is through the distribution of questionnaires with Google Forms. Analysis of the data in this study using SmartPLS version 3.0. The results of the analysis in this study show that customer satisfaction has a significant effect on brand loyalty and brand trust has a significant effect on brand loyalty.

Keywords: Customer Satisfaction, Brand Trust, Brand Loyalty

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, saya ucapkan segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Nikmat, dan Hidayah-Nya, serta tidak lupa sholawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis skripsi ini dengan judul “**Analisis Layanan Streaming Netflix Based Customer Satisfaction dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Di Soloraya**”. Karya tulis skripsi ini disusun guna memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammad Surakarta.

Penulis menyadari bahwa selama proses dalam penyusunan karya tulis skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kepada pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung, maupun secara tidak langsung, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H Sofyan Anif, M. Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. Moehammad Nasir, M.M. selaku pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Sri Murwanti, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan masukan bagi penulis.
6. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, SE,MSi. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan masukan bagi penulis.
7. Bapak atau Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Jurusan Manajemen yang rela membimbing dan membagikan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu akan tetapi memiliki sumbangsih dan arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud untuk mengabaikan, hanya keterbatasan ruang sehingga tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan karya tulis skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun guna memperluas wawasan penulis serta dapat berguna bagi penelitian selanjutnya. Akhir kata, penulis berharap semoga karya tulis skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan serta menjadi awal kesuksesan penulis dimana yang akan datang.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
FORM PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Hipotesis.....	30
D. Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Definisi Operasional Variabel.....	33
C. Data dan Sumber Data.....	36
D. Populasi dan Sampel	37
E. Metode Pengumpulan Data	38

F. Metode Analisis Data	39
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Deskripsi Profil Responden	46
B. Analisis Data	48
C. Pembahasan Hasil Penelitian	59
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
Keterbatasan Penelitian.....	62
C. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Hasil Deskripsi Usia	47
Tabel IV.2 Hasil Deskripsi Jenis Kelamin.....	47
Tabel IV.3 Hasil Deskripsi Domisili	48
Tabel IV.4 Hasil Analisis Convergent Validity	50
Tabel IV.5 Hasil Analisis Average Variance Extruded (AVE).....	51
Tabel IV.6 Hasil Analisis Cross Loading	51
Tabel IV.7 Hasil Analisis Composite Reliability	52
Tabel IV.8 Cronbach's Alpha	53
Tabel IV.9 Hasil Analisis Multikolinieritas (VIF).....	53
Tabel IV.10 Analisis R-Square	54
Tabel IV.11 Analisis Q-Square.....	55
Tabel IV.12 Analisis F-Square	56
Tabel IV.13 Analisis t-test	57
Tabel IV.14 Path Coefficient	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida loyalitas konsumen terhadap merek	16
Gambar 2.2 Piramida loyalitas konsumen yang lemah dan yang kuat terhadap merek	18
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3.1 Path Coefficient.....	45
Gambar 4.1 Outer Model	49
Gambar 4.2 Inner Model.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian	70
Lampiran 2: Data Responden.....	74
Lampiran 3: Analisis Uji Validitas	78
Lampiran 4: Analisis Uji Reabilitas.....	80
Lampiran 5: Uji Multikolinieritas.....	81
Lampiran 6 : Analisis Inner Model.....	82
Lampiran 7 : Uji Hipotesis.....	83