

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PENGGUNA
NETFLIX DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Riana Herawati
21.67.0040

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024-2025**

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PENGGUNA
NETFLIX DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Riana Herawati
21.67.0040

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024-2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PENGGUNA
NETFLIX DI YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Riana Herawati
21.67.0040

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

24 Februari 2025

Dosen Pembimbing,


Sheila Lestari/Giza P, M.Ikom
NIK. 190302437

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PENGGUNA
NETFLIX DI YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Riana Herawati
21.67.0040

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

26 Februari 2025

Nama Penguji

Audith M. Turmudhi, Drs., MM
NIK. 190302358

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302445

Sheila Lestari Giza P, M.I.Kom.
NIK. 190302437

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
24 Februari 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 20 Februari 2025



METERAI
TEMPEL
75
KST/2025/202
Riana Herawati

KATA PENGANTAR

Puji syukur, atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

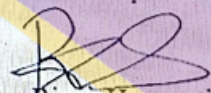
1. Allah swt. Yang telah memberikan kesehatan serta umur panjang.
2. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Emha Taufiq Luthfi, S.T.M.Kom., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Sheila Lestari Giza P, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk memberikan arahan, saran, pemahaman, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini selesai.
6. Keluarga tercinta, khususnya kedua orang tua yang tidak berhenti memberikan doa dan dukungan serta kasih sayang yang tulus selama proses penulisan skripsi ini.
7. Untuk pasangan, Erdi Runa Hidayat yang telah memberikan motivasi dan menemani selama penulisan skripsi ini.
8. Sahabat dan teman-teman yang tidak perlu saya sebutkan satu-satu.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi berharga dalam penelitian ini.
10. Ingin mengapresiasi diri sendiri atas usaha dan kerja keras yang telah dilakukan untuk menyelesaikan skripsi ini.

11. Dan semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih atas doa serta dukungan yang sangat berharga bagi penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan, semuanya ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis semata. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Akhirnya dengan tersusunnya skripsi ini semoga dapat bermanfaat bagi dunia pendidikan di Indonesia pada umumnya.

Yogyakarta, 20 Februari 2025


Riana Herawati

DAFTAR ISI

SAMPUL

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Secara Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Secara Praktis	11
1.5 Sistematika Bab	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Promosi	15
2.2.2 Kualitas Layanan	17
2.2.3 Keputusan Pembelian Ulang	18
2.3 Definisi Operasionalisasi.....	19
2.4 Hipotesis Penelitian	21
2.5 Kerangka Pemikiran	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	23
3.3 Pendekatan Penelitian.....	24
3.3 Metodologi Penelitian	25
3.4 Populasi dan Sample Penelitian.....	25
3.4.1 Populasi	25
3.4.2 Sampel Penelitian	26
3.5 Teknik Sampling	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6.1 Data Primer	30
3.6.2 Data Sekunder	31
3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian	31
3.7.1 Lokasi Penelitian	31

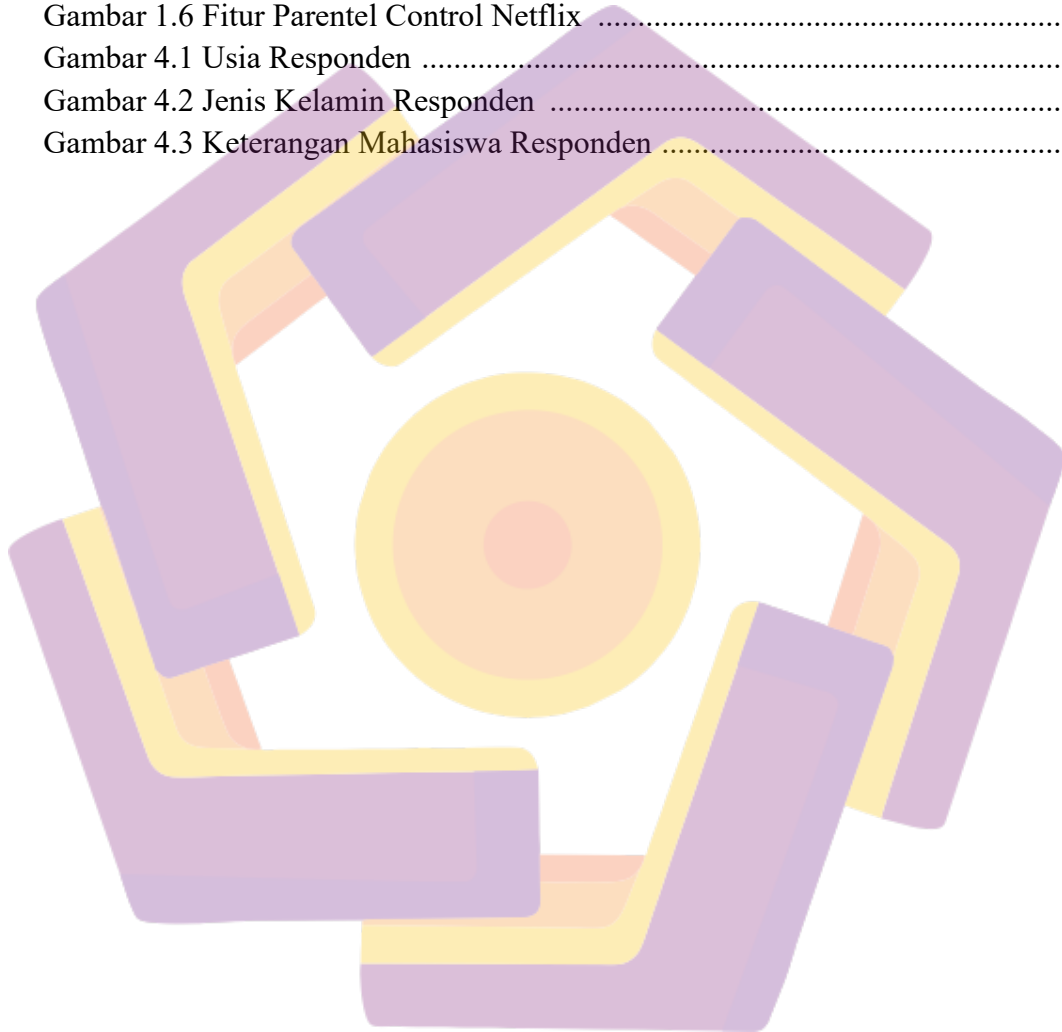
3.7.2 Waktu Penelitian	31
3.8 Teknik Analisis Data	32
3.8.1 Uji Validitas	32
3.8.2 Uji Realibilitas	33
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.8.4 Koefisien Determinasi (KD)	35
3.8.5 Uji Hipotesis	36
3.8.5.1 Uji Hipotesis T Secara Parsial (Uji-T)	37
3.8.6 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	38
3.8.7 Uji Normalitas	38
3.8.8 Uji Multikolinearitas	39
BAB IV HASIL DAN ANALISIS DATA	
4.1 Hasil Data	41
4.1.1 Karakteristik Responden	41
4.1.1.1 Usia Responden	41
4.1.1.2 Jenis Kelamin	42
4.1.1.3 Mahasiswa	42
4.1.2 Deskripsi Data	43
4.1.2.1 Variabel X1 (Promosi)	43
4.1.2.2 Variabel X2 (Kualitas Layanan)	47
4.1.2.3 Variabel Y (Keputusan Pembelian Ulang)	50
4.1.3 Uji Validitas	54
4.1.3.1 Variabel X1	54
4.1.3.2 Variabel X2	55
4.1.3.3 Variabel Y	55
4.1.4 Uji Reliabilitas	56
4.1.4.1 Variabel X1	56
4.1.4.2 Variabel X2	56
4.1.4.3 Variabel Y	57
4.1.5 Uji Normalitas	57
4.1.6 Uji Multikolinearitas	58
4.1.7 Koefisien Determinasi (R ²)	59
4.1.8 Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.1.9 Uji T (Pengaruh Persial)	61
4.1.10 Uji F	62
4.2 Pembahasan.....	63
4.2.1 Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Pembelian Ulang	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 KESIMPULAN	65
5.2 SARAN	65
5.2.1 Saran Perusahaan	65
5.2.2 Saran Penelitian	66
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Demografi Video On Demand Di Indonesia.....	3
Tabel 1.2 Demografi Pengguna Netflix Di Yogyakarta	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.2 Operasionalisasi Konsep	20
Tabel 2.3 Kerangka Berpikir.....	22
Tabel 3.1 Skala Likert	30
Tabel 4.1 Deskripsi Data Variable Promosi 1	43
Tabel 4.2 Deskripsi Data Variable Promosi 2	44
Tabel 4.3 Deskripsi Data Variable Promosi 3	44
Tabel 4.4 Deskripsi Data Variable Promosi 4	45
Tabel 4.5 Deskripsi Data Variable Promosi 5	46
Tabel 4.6 Deskripsi Data Variable Promosi 6	46
Tabel 4.7 Deskripsi Data Variable Kualitas Layanan 1	47
Tabel 4.8 Deskripsi Data Variable Kualitas Layanan 2	48
Tabel 4.9 Deskripsi Data Variable Kualitas Layanan 3	48
Tabel 4.10 Deskripsi Data Variable Kualitas Layanan 4	49
Tabel 4.11 Deskripsi Data Variable Kualitas Layanan 5	49
Tabel 4.12 Deskripsi Data Variable Keputusan Pembelian Ulang 1	50
Tabel 4.13 Deskripsi Data Variable Keputusan Pembelian Ulang 2	51
Tabel 4.14 Deskripsi Data Variable Keputusan Pembelian Ulang 3	52
Tabel 4.15 Deskripsi Data Variable Keputusan Pembelian Ulang 4	52
Tabel 4.16 Deskripsi Data Variable Keputusan Pembelian Ulang 5	53
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Promosi (X1)	54
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X2)	55
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Ulang (Y)	55
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X1)	56
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan (X2)	56
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian Ulang (Y)	57
Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.24 Hasil Uji Multikolineritas	59
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
Tabel 4.26 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.27 Hasil Uji T (Pengaruh Persial)	61
Tabel 4.28 Hasil Uji F	62

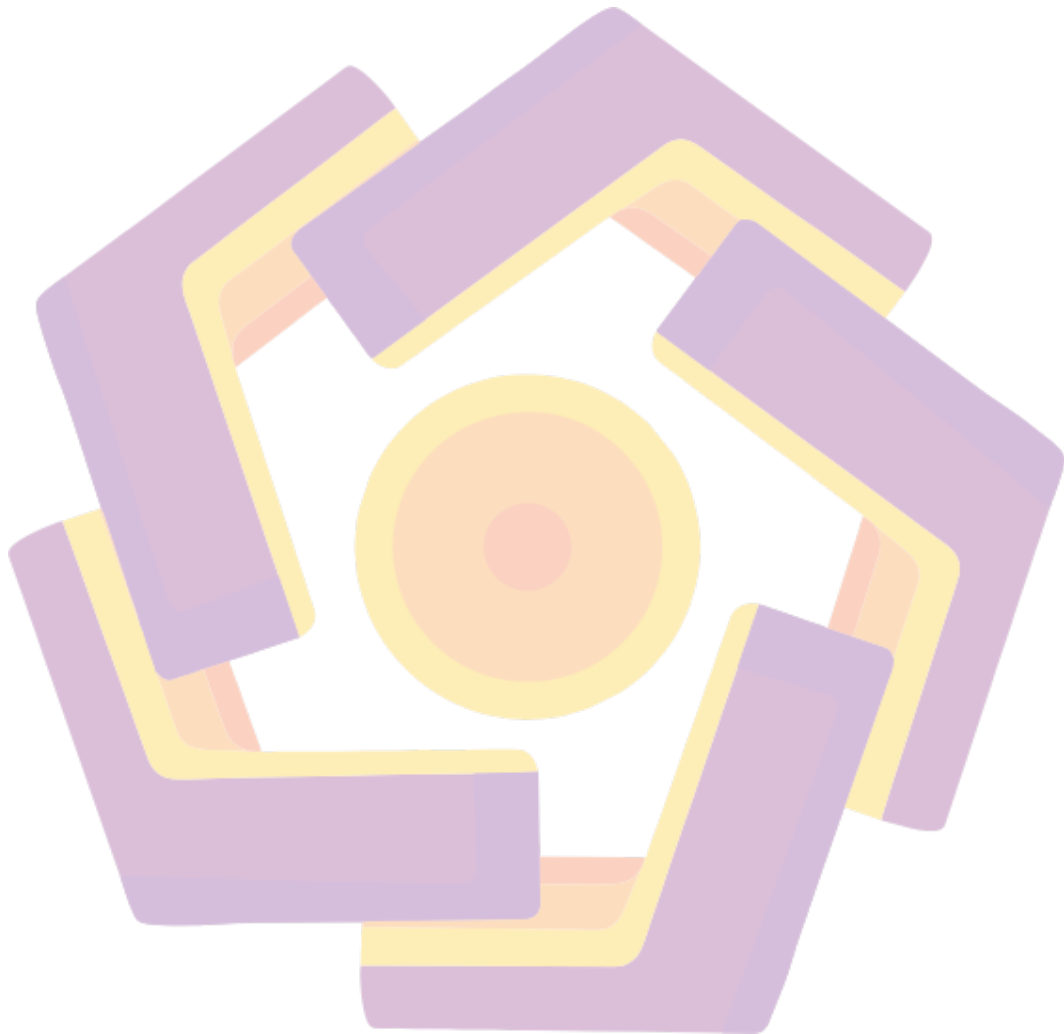
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet Di Indonesia	1
Gambar 1.2 Pengguna Media Sosial Indonesia	2
Gambar 1.3 Pengguna Netflix Berdasarkan Usia Di Indonesia	4
Gambar 1.4 Daftar Harga Langganan Netflix	6
Gambar 1.5 Balasan Komentar Di Instagram	7
Gambar 1.6 Fitur Parental Control Netflix	9
Gambar 4.1 Usia Responden	41
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden	42
Gambar 4.3 Keterangan Mahasiswa Responden	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Penelitian
Lampiran 2 Hasil Kuisioner
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 5 Hasil Turnitin



ABSTRACT

Netflix is the Video on Demand service that is most widely used for entertainment by Indonesian people. Netflix users in Indonesia continue to make repeat purchases even though many competitors offer affordable prices. Netflix always innovates and develops new features to improve service quality, thus making promotions and service quality very influential on repeat purchase decisions. The aim of this research is to simultaneously assess the influence of promotions and service quality on repeat purchase decisions. So this research uses the AISAS theory to encourage consumers to get more information. The object of this research is Netflix users in Yogyakarta and the research sample is students who live in Yogyakarta. This research method uses quantitative by sharing questionnaires via Google Forms with a total of 100 respondents. The data analysis technique used in this research is PLS-SEM using SPSS 29.0 for validity, reliability and descriptive analysis. The research results show that service quality and promotion each have a positive and significant effect on the repurchase decisions of Netflix users in Yogyakarta.

Keywords: AISAS, Netflix, Promotion, Repeat Purchases, Service Quality



ABSTRAK

Netflix merupakan layanan *Video on Demand* yang paling banyak digunakan untuk hiburan bagi masyarakat Indonesia. Pengguna Netflix di Indonesia terus melakukan pembelian ulang meski banyak pesaing yang menawarkan harga yang terjangkau. Netflix selalu berinovasi dan mengembangkan fitur baru untuk meningkatkan kualitas layanan, sehingga membuat promosi dan kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang. Tujuan penelitian ini untuk menilai secara simultan pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang. Maka penelitian ini menggunakan teori AISAS supaya mendorong konsumen untuk mendapatkan lebih banyak informasi. Objek penelitian ini adalah pengguna Netflix di Yogyakarta dan sampel penelitian ini adalah mahasiswa yang berdomisili Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan cara berbagi kuesioner melalui Google Forms dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS-SEM dengan menggunakan SPSS 29.0 untuk validitas, reliabilitas, dan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan promosi masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pengguna Netflix di Yogyakarta.

Kata Kunci: AISAS, Kualitas Layanan, Netflix, Pembelian Ulang, Promosi