

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

Q.S Al – Insyirah Ayat 6

“It’s not always easy, but that’s life. Be strong because there are better days ahead”

- Mark Lee –



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- 1) Cinta pertama dan sosok yang sangat saya hormati, Bapak Purnomo Rujito. Beliau memang tidak merasakan bangku perkuliahan, namun beliau selalu mengusahakan anak-anaknya mendapatkan pendidikan yang baik hingga dapat mendapatkan gelar Sarjana dan Diploma. Beliau yang selalu memotivasi dan memberikan semangat kepada penulis untuk tidak menyerah pada jalannya hingga pada titik ini penulis dapat menyelesaikan studinya.
- 2) Ibu tercinta dan yang tak akan pernah tergantikan, Ibu Mundari walaupun fisik beliau tidak lagi menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, namun doa dan harapan semasa hidupnya telah menyertai penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan kapanpun. Beliau adalah sosok yang sangat luar biasa semasa hidupnya, beliau telah berhasil memerankan sosok ibu bagi anak-anaknya, berhasil membuat anak-anaknya tidak pernah merasakan haus kasih sayang dan dukungan seorang ibu.
- 3) Teruntuk kakak-kakak tercinta Kanti Wulandari dan Rahma Kurniasih, terimakasih tidak pernah lelah memberikan penulis dukungan, semangat, dan motivasi dalam menyelesaikan studi. Terimakasih atas semua doa dan cinta yang selalu menyertai penulis.
- 4) Ibu Intan Muliana Rhamdhani, S.E. Sy., M.M selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan dan menuntun serta memberikan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
- 5) Terimakasih kepada kedua sahabat saya Devi Kusuma Wardani dan Amalia Relita Putri yang telah memberikan dukungan, saling menyemangati, saling memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi. Terimakasih karena tidak pernah bosan untuk mendengarkan keluh kesah, tidak pernah menghakimi dan selalu ada dalam keadaan apapun. Penulis turut memberikan aamiin dan merayakan keberhasilan kalian.

- 6) Teruntuk diri sendiri, Yulfah Amini terimakasih karena sudah bertahan dan berjuang selama ini. Terimakasih telah bangkit dan tidak berlarut dalam duka.
- 7) Terimakasih kepada sosok laki-laki bermarga Letratkosum yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan studinya. Sosok yang sangat menginsiparasi penulis untuk tidak menyerah pada pendidikannya dan yang selalu mengingatkan untuk tidak terlarut dalam kesedihan.
- 8) Teman-teman yang selalu memberikan hiburan dan bantuan. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga Tuhan senantiasa membalas setiak kebaikan teman-teman semua.
- 9) Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *user experience*, variasi produk, dan *social media marketing* terhadap keputusan berlangganan layanan *streaming video on demand* Netflix di Kabupaten Kebumen. Data dikumpulkan melalui kuesioner online kepada 45 responden yang merupakan pelanggan Netflix. Analisis dilakukan dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berlangganan, dengan variasi produk menjadi faktor yang paling dominan.

Kata kunci: *User Experience*, Variasi Produk, *Social Media Marketing*, Keputusan Berlangganan



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of user experience, product variety, and social media marketing on the decision to subscribe to Netflix streaming video on demand services in Kebumen Regency. Data was collected through an online questionnaire from 45 respondents who were Netflix subscribers. Analysis was conducted using multiple linear regression. The results indicate that all three independent variables have a positive and significant effect on subscription decisions, with product variety being the most dominant factor.

Keywords: *User Experience, Product Variety, Social Media Marketing, Subscription Decision.*



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb.

Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Ynag Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul **“Pengaruh *User Experience*, Variasi Produk dan *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Berlangganan Layanan *Streaming Video On Demand* (Studi Pada Pengguna SVOD Netflix di Kebumen)”**.

Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus tulusnya kepada:

1. Ibu Intan Muliana Rhamdhani, S.E., Sy., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do’a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
3. Seluruh Dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa.
4. Teman-teman angkatan 2021 yang selalu memberikan semangat.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan pada penulisan ini, untuk itu penulis memohon kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis dan seluruh pihak yang membantunya. Wassalamu'alaikum wr.wb

Kebumen, 17 Juni 2025

Penulis,



Yulfah Amini

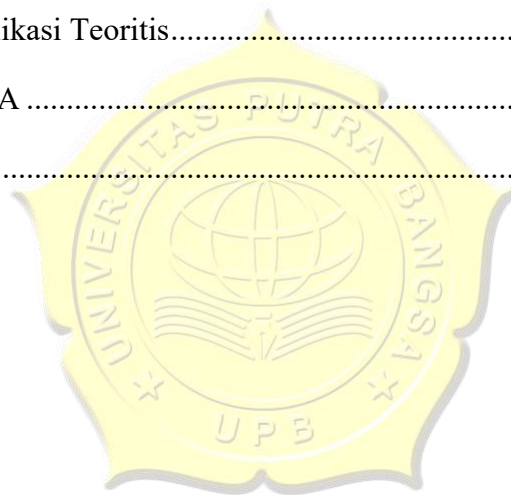


DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	14
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA.....	15

2.1. Tinjauan Teori.....	15
2.1.1. Keputusan Berlangganan	15
2.1.2 <i>User Experience</i>	21
2.1.3 Variasi Produk	29
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i>	35
2.2. Penelitian Terdahulu	39
2.3. Hubungan Antar Variabel	48
2.4. Model Empiris.....	52
2.5. Hipotesis.....	52
BAB III	54
METODE PENELITIAN.....	54
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	54
3.2. Variabel Penelitian.....	54
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	55
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	59
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.6. Populasi dan Sampel	64
3.7. Teknik Analisis	66
BAB IV	78
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	78
4.1. Analisis Deskriptif	78
4.2.1 Gambaran Umum Perusahaan	78
4.2. Analisis Statistik	82
4.2.1 Uji Instrumen	82
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	87

4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	91
4.2.4 Uji Hipotesis	93
4.3. Pembahasan.....	98
BAB V.....	104
SIMPULAN	104
5.1. Simpulan	104
5.2. Keterbatasan.....	105
5.3. Implikasi.....	106
5.3.1 Implikasi Praktis	106
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	109
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	122



DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Hasil Kuesioner Terbuka Pelanggan Netflix 2024.....	6
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu	46
Tabel III - 1 Indikator Variabel Keputusan Berlangganan.....	56
Tabel III - 2 Indikator Variabel <i>User Experience</i>	57
Tabel III - 3 Indikator Variabel Variasi Produk.....	58
Tabel III - 4 Indikator Variabel <i>Social Media Marketing</i>	59
Tabel IV - 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel IV - 2 Responden Berdasarkan Usia	80
Tabel IV - 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	81
Tabel IV - 4 Responden Berdasarkan Pendapatan	82
Tabel IV - 5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berlangganan	83
Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>User Experience</i>	84
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas Variabel Variasi Produk	84
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Media Marketing</i>	85
Tabel IV - 9 Hasil Uji Reliabilitas	86
Tabel IV - 10 Hasil Uji Multikolinearitas	88
Tabel IV - 11 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov One - Sample Kolmogorov- Smirnov Test	91
Tabel IV - 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	92
Tabel IV - 13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	94
Tabel IV - 14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	96
Tabel IV - 15 Tabel Koefisien Determinasi	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar I - 1 Grafik Konsumen Streaming Film Online.....	2
Gambar I - 2 Grafik Kenaikan Pelanggan Netflix Tahun 2013-2023	3
Gambar II - 1 Proses pengambilan Keputusan Pembelian.....	16
Gambar II - 2 Model Empiris.....	52
Gambar IV - 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	89
Gambar IV - 2 Hasil Uji Normalitas	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	124
Lampiran 2 Data Responden.....	128
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	132
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	137
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	139
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	140
Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	142
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	143
Lampiran 9 Tabel r.....	144
Lampiran 10 Tabel t.....	147
Lampiran 11 Kartu Konsultasi Skripsi.....	150
Lampiran 12 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi.....	151

