

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *ELECTRONIC SERVICE QUALITY*, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA LAYANAN NETFLIX DI KOTA BEKASI**

**WIRA ARDHIYANTO**

**1705617101**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH,  
ELECTRONIC SERVICE QUALITY, AND PRICE PERCEPTION  
ON REPURCHASE INTENTION WITH CUSTOMER  
SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES FOR NETFLIX  
SERVICES IN BEKASI CITY***

**WIRA ARDHIYANTO**

**1705617101**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis is written as one of the requirements for getting Bachelor Degree of  
Management*

***BACHELOR OF MANAGEMENT STUDY PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2024***

## ABSTRAK

Wira Ardhiyanto, pengaruh *electronic word of mouth*, *electronic service quality*, dan persepsi harga terhadap minat pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada layanan Netflix di Kota Bekasi. Skripsi. Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Agung Kresnamurti Rivai P., ST., MM. & Ika Febrilia, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *electronic word of mouth*, *electronic service quality*, persepsi harga, kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Subjek pada penelitian adalah 255 responden yang berdomisili di Bekasi, Indonesia. Analisis data menggunakan SPSS dan AMOS versi 24. Hasil penelitian membuktikan bahwa Hipotesis pertama membuktikan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hipotesis kedua membuktikan bahwa *electronic service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hipotesis ketiga membuktikan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hipotesis keempat membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang diterima. Hipotesis kelima membuktikan bahwa *electronic word of mouth* tidak berpengaruh positif minat pembelian ulang. Hipotesis keenam membuktikan bahwa *electronic service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang diterima. Hipotesis ketujuh membuktikan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang diterima. Hipotesis kedelapan membuktikan bahwa *electronic word of mouth* tidak berpengaruh terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan. Hipotesis kesembilan membuktikan bahwa *electronic service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan diterima. Hipotesis kesepuluh membuktikan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** *electronic word of mouth*, *electronic service quality*, persepsi harga, kepuasan pelanggan, minat pembelian ulang.

## **ABSTRACT**

*Wira Ardhiyanto, the influence of electronic word of mouth, electronic service quality, and price perception on repurchase intention and customer satisfaction as intervening variables in Netflix services in Bekasi City. Thesis. Jakarta: Bachelor of Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University, Supervisory Team: Agung Kresnamurti Rivai P., ST., MM. & Ika Febrilia, SE., MM.*

*This research aims to examine the influence of electronic word of mouth, electronic service quality, price perception, customer satisfaction and repurchase intention. This research uses quantitative research methods. Data collection uses a questionnaire. The subjects in the research were 255 respondents who live in Bekasi, Indonesia. Data analysis uses SPSS and AMOS version 24. The research results prove that the first hypothesis proves that electronic word of mouth has a positive and significant effect on customer satisfaction. The second hypothesis proves that electronic service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The third hypothesis proves that price perception has a positive and significant effect on customer satisfaction. The fourth hypothesis proves that customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention. The fifth hypothesis proves that electronic word of mouth does not have a positive effect on repurchase intention. The sixth hypothesis proves that electronic service quality has a positive and significant effect on repurchase intention. The seventh hypothesis proves that price perception has a positive and significant effect on repurchase intention. The eighth hypothesis proves that electronic word of mouth has no effect on repurchase intention through customer satisfaction. The ninth hypothesis proves that electronic service quality has a positive and significant effect on repurchase intention through customer satisfaction. The tenth hypothesis proves that price perception has no effect on repurchase intention through customer satisfaction.*

**Keywords:** *electronic word of mouth, electronic service quality, price perception, customer satisfaction, repurchase intention.*




# LEMBAR PENGESAHAN

## Lembar Pengesahan Skripsi

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI






Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, Ph.D

NIP 19700212201001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP 197412021200812001 (Ketua)		29-7-2024
2	Rahmi, SE, M.S.M NIP 198305012018032001 (Penguji 1)		2-8-2024
3	M. Edo S. Siregar, SE, M.BA NIP 197201252002121002 (Penguji 2)		2/08 2024
4	Agung Kresnamurti Rivai P, MM NIP 197404162006041001 (Pembimbing 1)		29-7-2024
5	Ika Febrilia, SE, MM NIP 198702092015042001 (Pembimbing 2)		6-8-2024

Nama : Wira Ardhiyanto  
No. Registrasi : 1705617101  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tanggal Lulus : 23 Juli 2024

F072020

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

### LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul "Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Electronic Service Quality*, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* pada Layanan Netflix di Kota Bekasi" beserta seluruh isinya merupakan karya asli yang disusun dan belum pernah diajukan baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya untuk mendapatkan gelar akademik sarjana.
2. Adapun pengutipan ilmu, dikutip sesuai dengan etika keilmuan yaitu tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi biaya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 3 Oktober 2024



Wira Ardhianto

NIM 1705617101

# LEMBAR PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Wira Ardhianto  
NIM : 1705617101  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1Manajemen  
Alamat email : wira1024 @gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

**Pengaruh *Electronic Word of Mouth, Electronic Service Quality, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening* pada Layanan Netflix di Kota Bekasi**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Oktober 2024



(Wira Ardhianto)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Electronic Service Quality*, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* pada Layanan Netflix di Kota Bekasi”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen
3. Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing I
4. Ika Febrilia, SE, M.M. selaku Dosen Pembimbing II
5. Kedua orang tua dan kakak yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta doa kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi orang banyak.

Jakarta, 23 Juli 2024

Wira Ardhiyanto



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	8ii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	12ii
DAFTAR LAMPIRAN.....	13ii
BAB I PENDAHULUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Teori Pendukung .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III METODE PENELITIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4 Penyusunan Instrumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6 Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Deskripsi Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3 Hasil.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4 Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V PENUTUP.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

5.1	Kesimpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2	Implikasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pilihan Platform Streaming Video di Indonesia ... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.2 Jumlah Perbandingan Pelanggan Netflix dengan Disney Plus..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.3 Ulasan Film Netflix “Leave the World Behind” ..... 8

Gambar 1.4 Ulasan Pengguna Netflix pada Google Playstore ..... 10

Gambar 1.5 Hasil Survei Kenaikan Tarif Langganan Netflix... Error! Bookmark not defined.

Gambar 1.6 Data Kepuasan Layanan Perusahaan VOD..... Error! Bookmark not defined.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... Error! Bookmark not defined.

Gambar 4.1 Full Model SEM..... 71

Gambar 4.2 Fit Model SEM..... 72

Gambar 4.3 Hasil Uji Analisis Jalur ..... 75

## DAFTAR TABEL

<u>Tabel 2.1</u> Hasil Penelitian yang Relevan .....	29
<u>Tabel 3.1</u> Operasionalisasi Variabel .....	48
<u>Tabel 3.2</u> Skala Likert <i>Type</i> .....	51
<u>Tabel 3.3</u> <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	55
<u>Tabel 4.1</u> Atribut Responden Atas Domisili .....	57
<u>Tabel 4.2</u> Atribut Responden Atas Jenis Kelamin .....	58
<u>Tabel 4.3</u> Atribut Responden Atas Usia.....	58
<u>Tabel 4.4</u> Atribut Responden Atas Pekerjaan .....	59
<u>Tabel 4.5</u> Atribut Responden Atas Pendapatan Perbulan .....	60
<u>Tabel 4.6</u> Atribut Responden Atas Pengeluaran untuk Netflix Perbulan .....	60
<u>Tabel 4.7</u> Analisis Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	61
<u>Tabel 4.8</u> Analisis Deskriptif Variabel <i>Electronic Service Quality</i> .....	62
<u>Tabel 4.9</u> Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	63
<u>Tabel 4.10</u> Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan .....	64
<u>Tabel 4.11</u> Analisis Deskriptif Variabel Minat Pembelian Ulang .....	66
<u>Tabel 4.12</u> Hasil Uji Validitas Variabel.....	68
<u>Tabel 4.13</u> Hasil Uji Reliabilitas Variabel .....	70



<u>Tabel 4.14</u> Hasil Uji <i>Full Model SEM</i> .....	71
<u>Tabel 4.15</u> Hasil Uji <i>Fit Model SEM</i> .....	72
<u>Tabel 4.16</u> Hasil Uji Pengaruh Langsung Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	73
<u>Tabel 4.17</u> Hasil Uji Pengaruh Langsung Variabel Minat Pembelian Ulang (Z) .....	74
<u>Tabel 4.18</u> Hasil Uji Hipotesis .....	78

### **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	104
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	106
Lampiran 4 Riwayat Hidup.....	110

