

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK  
DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI GAME  
STREAMING NIMO TV**

**Skripsi Diajukan sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**(S.M)**



Disusun Oleh :

**Jason Vincentius Massing**

**NPM : 180323886**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS ATMA JAYA**

**YOGYAKARTA TAHUN AKADEMIK 2022**

## **LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK  
DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI GAME  
STREAMING NIMO TV**

**Skripsi Diajukan sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
(S.M)**



Disusun Oleh :

**Jason Vincentius Massing**

**NPM : 180323886**

**Dosen Pembimbing**

**Pembimbing**



**Handoyo Wibisono C.,Drs.,MM.Dr**

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK  
DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI GAME  
STREAMING NIMO TV**

Merupakan hasil karya penelitian sendiri baik pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain. Telah saya nyatakan secara tertulis di skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Juni 2022



Jason Vincentius Massing



**FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA**  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

**SURAT KETERANGAN**

**No. 1022/J/I**

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Selasa, 2 Agustus 2022 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Dr. C. Handoyo Wibisono, MM., CSA. (Ketua Penguji)
2. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D. (Anggota)
3. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Jason Vincentius Massing

NPM : 180323886

Dinyatakan

**Lulus Dengan Revisi**

Pada saat ini skripsi Jason Vincentius Massing telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

**Alamat**

Kampus III Gedung Bonaventura  
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

**URL**

<https://fbe.uajy.ac.id>

**Kontak**

Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127  
Fax : +62-274-485227  
Surel : [fbe@uajy.ac.id](mailto:fbe@uajy.ac.id)



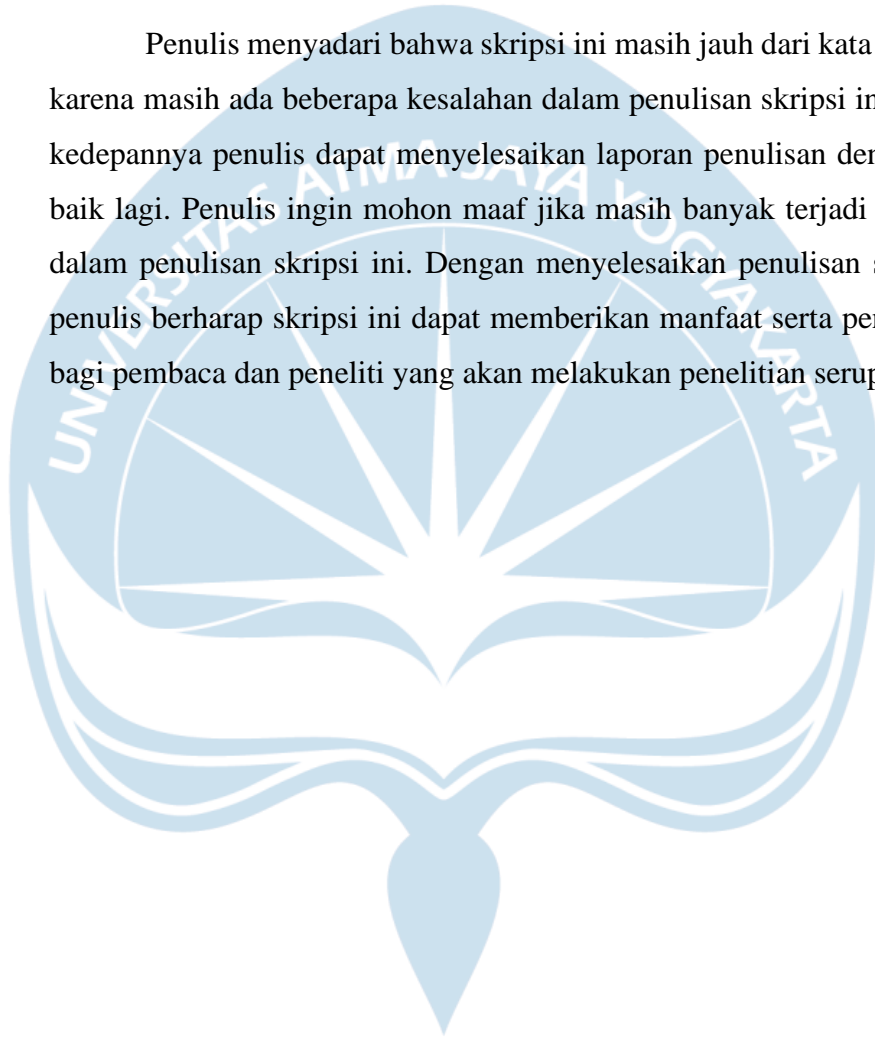
## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karunia-Nya penulis pada kesempatan ini dapat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan yang berjudul “Pengaruh Brand Image, Kualitas Layanan Elektronik dan Electronic Word of Mouth (E-wom) terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi Game Streaming Nimo tv” sebagai pemenuhan persyaratan akhir untuk menempuh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam menyelesaikan tugas akhir ini banyak sekali hal-hal yang cukup menghambat penulis untuk dapat segera menyelesaikan skripsi ini mulai dari ajakan teman untuk nongkrong, main game Mobile Legend, device yang sering bermasalah dan masih banyak lagi hambatan yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Namun disamping banyaknya hambatan tersebut penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada beberapa pihak yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa karena dengan kasih karunia dan penyertaanNya hingga saat ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Kedua orang tua yang berada di rumah dan semua keluarga besar yang selalu memberikan dukungan serta selalu memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. C. Handoyo Wibisono, MM. selaku dosen pembimbing yang selalu membantu dan memotivasi penulis serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan pegawai Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis dari semester awal hingga semester akhir ini.
5. Teman-teman dekat selama perkuliahan ( Julius, Ferry, Ceka, Kevin, Vieri dan Gelent) yang selalu membantu, menemani, memberikan motivasi, memberikan semangat setiap hari dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Teman-teman Omnia ( Denis, Dimas, Yosua, Pieter, Cliff, William, Renne, Ricky, Verel dan Matthew) yang selalu menemani, memberikan semangat, selalu memotivasi penulis dan selalu ada buat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena masih ada beberapa kesalahan dalam penulisan skripsi ini, semoga kedepannya penulis dapat menyelesaikan laporan penulisan dengan lebih baik lagi. Penulis ingin mohon maaf jika masih banyak terjadi kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Dengan menyelesaikan penulisan skripsi ini penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta pengetahuan bagi pembaca dan peneliti yang akan melakukan penelitian serupa.



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	2
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	3
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	5
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	12
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	13
<b>BAB I</b> .....	15
<b>PENDAHULUAN</b> .....	15
1.1 Latar Belakang .....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	20
1.4.2 Manfaat Praktis .....	20
1.5 Sistematika Penulisan.....	20
<b>BAB II</b> .....	22
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	22
2.1 Landaasan Teori .....	22
2.1.1 <i>Brand Image</i> .....	22

2.1.2	Kualitas Layanan Elektronik.....	24
2.1.3	Electronic Word of Mouth (e-Wom).....	25
2.1.4	Kepuasan Konsumen.....	27
2.2	Penelitian Terdahulu.....	29
2.3	Kerangka Konseptual .....	31
2.4	Pengembangan Hipotesis .....	32
2.4.1	Brand Image .....	32
2.4.2	Kualitas Layanan Elektronik.....	33
2.4.3	Electronic Word of Mouth .....	34
<b>BAB III</b>	.....	<b>35</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>35</b>
3.1	Rancangan Penelitian .....	35
3.2	Populasi dan Sampel .....	35
3.3	Jenis dan Sumber data .....	36
3.4	Identifikasi Variabel .....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6	Alat Analisis .....	38
3.7	Pengujian Instrumen Penelitian.....	38
3.7.1	Uji Validitas .....	38
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	39



3.8	Analisis Data .....	40
3.8.1	Analisis Deskriptif Responden.....	41
3.8.2	Analisis SEM (Structural Equation Model).....	41
3.8.3	Partial Least Square.....	42
3.9	Definisi Operasional.....	46
<b>BAB IV</b>	.....	<b>48</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>48</b>
4.1	Analisis Deskriptif Responden.....	49
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Profesi.....	50
4.2	Analisis Inferensia.....	51
4.2.1	Pelaksanaan Instrumental/Main Test.....	51
4.3	Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Loading</i> ).....	52
4.3.1	Validitas Konvergen.....	52
4.3.2	Average Variance Extracted (AVE).....	55
4.3.3	Cronbach's Alpha dan Composite Reliability > 0,7 .....	56
4.4	Pengujian Model Structural (Inner Model).....	57
4.4.1	R-Square.....	57
4.4.2	Analisis Jalur ( <i>Path Coefficient</i> ).....	58

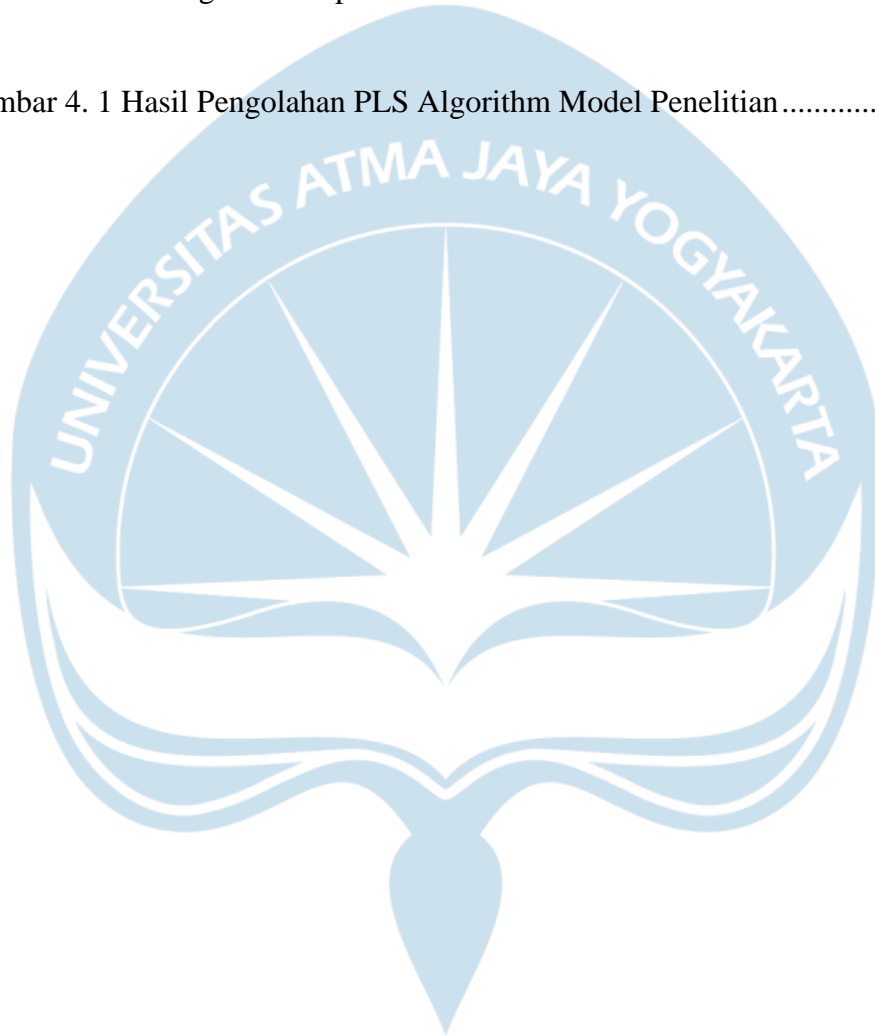
4.5	Pengujian Hipotesis .....	59
4.5.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen .....	60
4.5.2	Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen .....	60
4.5.3	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Kepuasan Konsumen 61	
4.6	Pengembangan Hipotesis .....	61
4.6.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen .....	62
4.6.2	Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen .....	62
4.6.3	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Kepuasan Konsumen 63	
<b>BAB V</b>	.....	64
<b>PENUTUP</b>	.....	64
5.1	Profil Responden .....	64
5.2	Kesimpulan.....	64
5.3	Implikasi Manajerial.....	65
5.4	Saran dan Keterbatasan penelitian.....	66
5.4.1	Saran.....	66
5.4.1	Keterbatasan Penelitian .....	66

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>
<b>KUISIONER .....</b>	<b>72</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkemabangan Pengguna Internet .....	16
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	32
Gambar 4. 1 Hasil Pengolahan PLS Algorithm Model Penelitian.....	52



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert.....	38
Tabel 3. 2 Rule of Thumb Outer Model.....	44
Tabel 3. 3 Definisi Operasional.....	46
Tabel 4. 1 Profil Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 4. 2 Profil Usia Responden.....	50
Tabel 4. 3 Profil Profesi Responden.....	50
Tabel 4. 4 Hasil Uji Outer Loading.....	53
Tabel 4. 5 Hasil Uji Fornel dan Larcker.....	54
Tabel 4. 6 Hasil Uji Cross Loading.....	54
Tabel 4. 7 Hasil Uji AVE.....	56
Tabel 4. 8 Hasil Uji Cronbach Alpha & Composite Reliability.....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji R Square .....	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji Path Coefficient.....	58
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Hipotesis .....	60

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK  
DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI GAME  
STREAMING NIMO TV**

**Jason Vincentius Massing**

**Pembimbing :**

**Handoyo Wibisono C.,Drs.,MM.Dr.**

**Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Jalan Babarsari 34-44, Yogyakarta**

**Abstrak**

Penelitian yang berjudul Pengaruh Brand Image, Kualitas Layanan Elektronik dan Electronic Word of Mouth terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Game Streaming Nimo tv. Penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar Pengaruh Brand Image, Kualitas Layanan Elektronik dan Electronic Word of Mouth terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Game Streaming Nimo tv. Objek penelitian pada penelitian ini yaitu Nimo tv. Nimo tv merupakan salah satu aplikasi platform streaming khusus game yang populer di Indonesia. Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif mengambil sample sebanyak 120 responden. Dalam pengambilan sample peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dengan mengumpulkan data dari kuisioner yang dibuat melalui *google form*. Proses analisis data didukung dengan aplikasi Smart PLS dalam melakukan pengolahan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari Brand Image, Kualitas Layanan Elektronik dan Electronic Word of Mouth terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Game Streaming Nimo tv.

**Kata Kunci :** *Brand Image, Kualitas Layanan Elektronik, Electronic Word of Mouth, Kepuasan*