

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN BERLANGGANAN AKUN WETV**  
(Studi Eksplanatif pada *User Platform Streaming Video Online*)



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom.)**

Oleh:

**ATANASIUS ALVYN HERIKUSUMA**

**180906740 / Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BERLANGGANAN AKUN WETV  
(STUDI EKSPLANATIF PADA *USER PLATFORM STREAMING VIDEO ONLINE*)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh:

ATANASIUS ALVYN HERIKUSUMA

180906740

disetujui oleh :



LUKAS DENI SETIAWAN, M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Berlangganan Akun WeTV (Studi Eksplanatif Pada *User Platform Streaming Video Online*)

Penyusun : Atanasius Alvyn Herikusuma

NPM : 180906740

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari / Tanggal : Kamis, 30 November 2023

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian Kampus IV Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### TIM PENGUJI

**Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., M.A.**

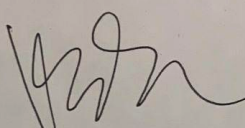
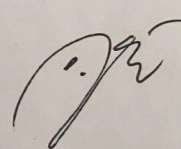

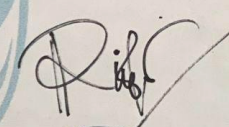
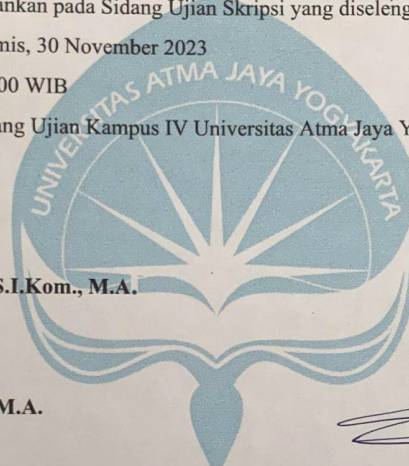
Penguji Utama

**Lukas Deni Setiawan, M.A.**

Penguji I

**Ike Devi Sulistyningtyas, S.Sos., M.Si.**

Penguji II



**Irene Santika Vidiadari, M.A**

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atanasius Alvyn Herikusuma

NPM : 180906740

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian WeTV (Studi Pada Konsumen *Platform Streaming Video Online*)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 13 November 2023

Saya yang menyatakan,



Atanasius Alvyn Herikusuma



**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BERLANGGANAN AKUN WETV  
(STUDI EKSPLANATIF PADA *USER PLATFORM STREAMING VIDEO  
ONLINE*)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan berlangganan WeTV oleh *user platform streaming video online* di WeTV Indonesia. WeTV merupakan sebuah *platform streaming video online* yang menyediakan layanan berbasis aplikasi dan *website* milik perusahaan teknologi yang berasal dari negara China yaitu Tencent. WeTV melakukan ekspansi ke Indonesia pada akhir tahun 2019 karena meningkatnya popularitas dari konten video bergenre drama asia.

*Brand image* dapat diukur tingkat pengaruhnya dengan menggunakan 8 indikator diantaranya popularitas perusahaan, kredibilitas perusahaan, jaringan perusahaan, gaya hidup, status sosial, atribut produk, manfaat produk dan jaminan kualitas. *Brand image* merupakan suatu persepsi atau kesan yang muncul pada pikiran dan benak konsumen dalam mengenali suatu merek tertentu, yang terbentuk melalui pengalaman dan pesan konsumen mengenai merek sehingga memunculkan citra yang terdapat dalam pikiran dan benak dari konsumen (Kotler dan Keller, 2016). Perilaku konsumen memiliki tujuan akhir yaitu pada pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian dari konsumen yang dapat dilihat dari pemilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur/distributor, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran. Penelitian ini dapat dikategorikan penelitian kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan purposive sampling sebanyak 100 responden yang merupakan *user platform streaming video online* dari WeTV. Instrumen penelitian yang digunakan untuk menguji pernyataan yang ada pada kuesioner adalah dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak dari aplikasi SPSS.

Hasil dari penelitian ini adalah semakin positif *brand image* dari WeTV sebagai perusahaan penyedia layanan *streaming video online*, maka akan semakin mendorong keputusan pembelian untuk berlangganan pada WeTV oleh *user platform streaming video online* WeTV yang artinya variabel X memberikan pengaruh terhadap variabel Y. Besaran pengaruh yang diberikan oleh variabel X yaitu *brand image* terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian sebesar 81,4%.

Kata kunci: Merek, *Brand Image*, Keputusan Pembelian, WeTV, *User Platform Streaming Video Online*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat, kasih dan karunia-Nya, peneliti mampu untuk menyusun serta menyelesaikan skripsi dengan lancar, tanpa kehadiran Tuhan Yesus Kristus yang selalu ada dan hadir dalam kehidupan peneliti baik dalam keadaan senang maupun susah, peneliti tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan maksimal. Skripsi ini disusun oleh peneliti untuk memenuhi syarat memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom.). Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang baik secara langsung maupun tidak langsung membantu serta memberikan dukungan moral yang besar kepada peneliti sehingga proses penyusunan skripsi dapat dilalui dan diselesaikan. Peneliti secara khusus ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus karena telah memberikan berkat, kekuatan, kesehatan, rezeki serta membimbing disetiap langkah yang peneliti ambil tidak hanya dalam proses pengerjaan skripsi, namun juga dalam kehidupan.
2. Keluarga khususnya ayah yang tidak pernah lelah untuk bekerja keras, selalu hadir, selalu memberikan dukungan penuh dan mendoakan dalam apapun yang peneliti lakukan dalam kehidupan.
3. Mama, adik dan kakak yang selalu memberikan dukungan moral dan mendoakan kelancaran peneliti.
4. Bapak Lukas Deni Setiawan selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak sekali memberikan bimbingan, arahan, kritik, saran dan selalu memahami kondisi peneliti sebagai salah satu mahasiswa bimbingan beliau mulai dari awal proses pengerjaan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Teman-teman dekat yang selalu siap membantu dan hadir tanpa peduli keadaan sedang susah maupun senang.

6. Kepada para responden yang sudah memberikan waktu serta tenaga untuk mengisi kuesioner untuk menjadi data primer serta demi kelancaran penyelesaian skripsi ini.

7. Untuk diri sendiri, terima kasih sudah bertahan, berjuang dan tidak menyerah hingga dapat menyelesaikan skripsi dan studi S1 ini. Memang bukan jalan yang mudah, banyak hal yang telah terjadi dan dilalui selama proses pengerjaan skripsi ini, namun tetap berhasil kuat dan mampu melewati semuanya. Selalu ingat bahwa apabila satu pintu tertutup, maka pintu lainnya akan terbuka. Semoga mulai dari titik ini dapat menjadi sebuah permulaan baru untuk memasuki jalan indah yang sudah menanti di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 27 Oktober 2023



Peneliti

**Atanasius Alwyn Herikusuma**

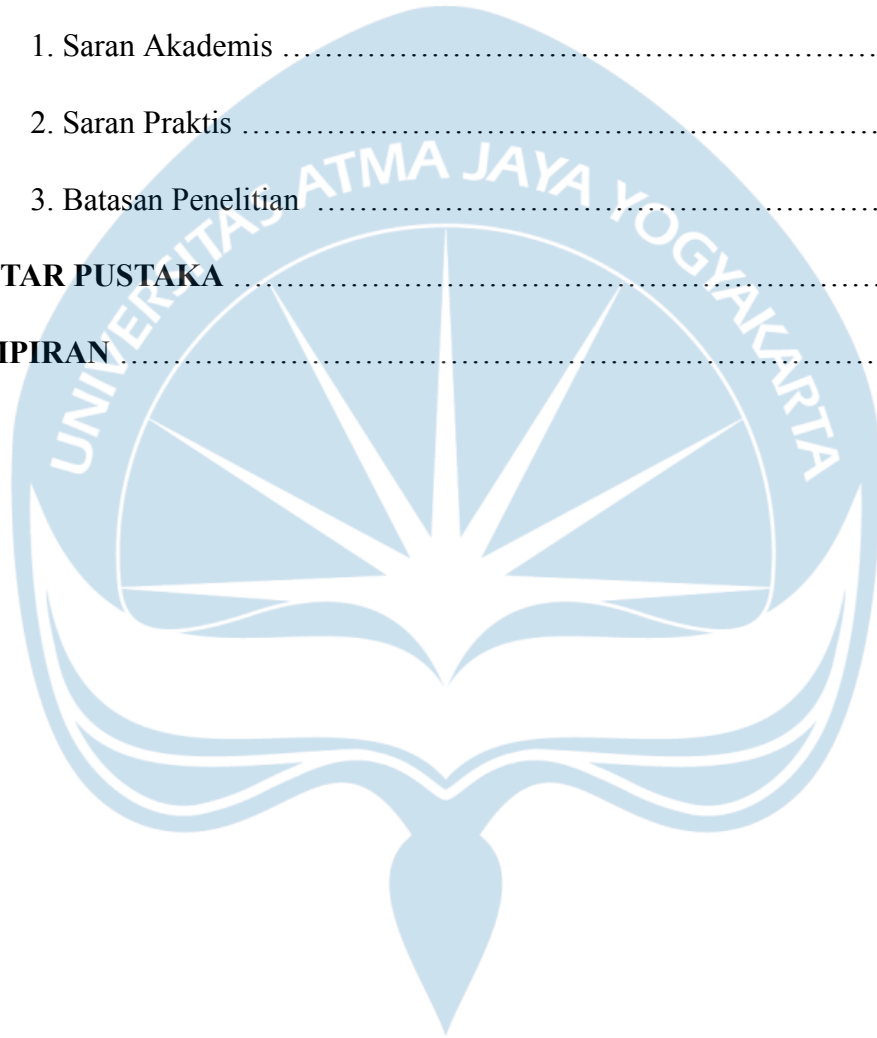
## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	<b>11</b>
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>D. Manfaat penelitian</b> .....	<b>12</b>
1. Manfaat Akademis .....	12
2. Manfaat Praktis .....	12
<b>E. Kerangka Teori</b> .....	<b>13</b>
1. Komunikasi Pemasaran .....	13
2. Merek .....	16
3. <i>Brand Image</i> .....	17
4. Perilaku Konsumen .....	22
5. Keputusan Pembelian .....	23
6. Hubungan Antara <i>Brand Image</i> Dengan Keputusan Pembelian ....	26



<b>F. Definisi Konsep</b> .....	<b>28</b>
1. Kerangka Konsep .....	28
2. Hipotesis .....	32
3. Definisi Operasional .....	33
<b>G. Metodologi Penelitian</b> .....	<b>41</b>
1. Jenis Penelitian .....	41
2. Metode Penelitian .....	42
3. Lokasi Penelitian .....	43
4. Populasi dan Sampel .....	44
5. Sumber Data .....	46
6. Teknik Pengukuran Data .....	46
7. Metode Pengukuran Instrumen .....	47
8. Teknik Analisis Data .....	51
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN</b> .....	<b>46</b>
<b>A. WeTV</b> .....	<b>46</b>
<b>B. Layanan Berlangganan Berbayar</b> .....	<b>48</b>
<b>C. User/Pengguna Platform Streaming Video Online Berbayar</b> .....	<b>48</b>
<b>BAB III PEMBAHASAN</b> .....	<b>61</b>
<b>A. Temuan Data</b> .....	<b>61</b>
1. Deskripsi Distribusi Frekuensi .....	61
2. Hasil Deskripsi Tabulasi Silang ( <i>Crosstab</i> ) .....	108
3. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana .....	124
3. Hasil Uji Hipotesis Penelitian .....	128
<b>B. Analisis Data</b> .....	<b>129</b>

<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	<b>141</b>
<b>A. Kesimpulan</b> .....	<b>141</b>
<b>B. Saran</b> .....	<b>141</b>
1. Saran Akademis .....	141
2. Saran Praktis .....	142
3. Batasan Penelitian .....	143
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>144</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>149</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga Berlangganan <i>Streaming Video on Demand</i> .....	6
Tabel 1.2 Definisi Operasional Variabel .....	27
Tabel 1.3 Nilai Interpretasi Korelasi Pearson .....	40
Tabel 1.4 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	41
Tabel 1.5 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	42
Tabel 1.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 3.1 Distribusi Jawaban Responden pada Variabel <i>Brand Image</i> .....	54
Tabel 3.2 Interval Item Pertanyaan X1 .....	57
Tabel 3.3 Interval Item Pertanyaan X2 .....	58
Tabel 3.4 Interval Item Pertanyaan X3 .....	59
Tabel 3.5 Interval Item Pertanyaan X4 .....	60
Tabel 3.6 Interval Item Pertanyaan X5 .....	61
Tabel 3.7 Interval Item Pertanyaan X6 .....	62
Tabel 3.8 Interval Item Pertanyaan X7 .....	63
Tabel 3.9 Interval Item Pertanyaan X8 .....	63
Tabel 3.10 Interval Item Pertanyaan X9 .....	65
Tabel 3.11 Interval Item Pertanyaan X10 .....	67
Tabel 3.12 Interval Item Pertanyaan X11 .....	68
Tabel 3.13 Interval Item Pertanyaan X12 .....	69
Tabel 3.14 Interval Item Pertanyaan X13 .....	70
Tabel 3.15 Interval Item Pertanyaan X14 .....	72
Tabel 3.16 Interval Item Pertanyaan X15 .....	73
Tabel 3.17 Interval Item Pertanyaan X16 .....	74

Tabel 3.18 Interval Item Pertanyaan X17 .....	75
Tabel 3.19 Interval Item Pertanyaan X18 .....	76
Tabel 3.20 Interval Item Pertanyaan X19 .....	77
Tabel 3.21 Interval Item Pertanyaan X20 .....	79
Tabel 3.22 Interval Item Pertanyaan X21 .....	79
Tabel 3.23 Interval Item Pertanyaan X22 .....	81
Tabel 3.24 Interval Item Pertanyaan X23 .....	82
Tabel 3.25 Interval Item Pertanyaan X24 .....	83
Tabel 3.26 Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan .....	84
Tabel 3.27 Interval Item Pertanyaan Y1 .....	85
Tabel 3.28 Interval Item Pertanyaan Y2 .....	87
Tabel 3.29 Interval Item Pertanyaan Y3 .....	88
Tabel 3.30 Interval Item Pertanyaan Y4 .....	89
Tabel 3.31 Interval Item Pertanyaan Y5 .....	90
Tabel 3.32 Interval Item Pertanyaan Y6 .....	91
Tabel 3.33 Interval Item Pertanyaan Y7 .....	92
Tabel 3.34 Interval Item Pertanyaan Y8 .....	93
Tabel 3.35 Interval Item Pertanyaan Y9 .....	94
Tabel 3.36 Interval Item Pertanyaan Y10 .....	95
Tabel 3.37 Interval Item Pertanyaan Y11 .....	96
Tabel 3.38 Interval Item Pertanyaan Y12 .....	97
Tabel 3.39 Nilai Interpretasi Korelasi Pearson .....	100
Tabel 3.40 Nilai Interpretasi Korelasi Pearson .....	107
Tabel 3.41 Nilai Interpretasi Korelasi Pearson .....	114

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden .....	51
Diagram 3.2 Distribusi Usia Responden .....	52
Diagram 3.3 Distribusi Pekerjaan Responden .....	52
Diagram 3.4 Distribusi Pendidikan Terakhir Responden .....	53
Diagram 3.5 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan <i>Brand Image</i> .....	100
Diagram 3.6 Tabulasi Silang Usia dan <i>Brand Image</i> .....	101
Diagram 3.7 Tabulasi Silang Pekerjaan dan <i>Brand Image</i> .....	102
Diagram 3.8 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dan <i>Brand Image</i> .....	104
Diagram 3.9 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Keputusan Berlangganan .....	107
Diagram 3.10 Tabulasi Silang Usia dan Keputusan Berlangganan .....	108
Diagram 3.11 Tabulasi Silang Pekerjaan dan Keputusan Berlangganan .....	110
Diagram 3.12 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dan Keputusan Berlangganan .....	111
Diagram 3.13 Rekap Rata-Rata Interval Jawaban Variabel X .....	118
Diagram 3.14 Rekap Rata-Rata Interval Jawaban Variabel Y .....	120



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peningkatan Pengguna Baru pada <i>Video on Demand</i> .....	4
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Aktif di Indonesia dari Market Analysis .....	5
Gambar 1.3 Kerangka Berpikir .....	25
Gambar 2.1 <i>Website</i> WeTV .....	47
Gambar 2.2 Aplikasi WeTV .....	47
Gambar 2.3 Langganan Berbayar WeTV VIP .....	48
Gambar 2.4 Persentase Umur Penonton Layanan Streaming Indonesia .....	50
Gambar 3.1 Hasil Uji Korelasi Pearson .....	49
Gambar 3.2 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana ( <i>Model Summary</i> ) .....	114
Gambar 3.3 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (ANOVA) .....	114
Gambar 3.4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana ( <i>Coefficients</i> ) .....	115
Gambar 3.5 Hasil Uji T .....	117

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	136
Lampiran 2. Perhitungan SPSS Uji Validitas .....	144
Lampiran 3. Perhitungan SPSS Uji Reliabilitas .....	146
Lampiran 4. Perhitungan SPSS Uji Tabulasi Silang .....	147
Lampiran 5. Perhitungan SPSS Uji Korelasi Pearson .....	158
Lampiran 6. Perhitungan SPSS Uji Regresi Linear Sederhana .....	159

