

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
PENGALAMAN MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS MEREK
(STUDI PADA PELANGGAN NETFLIX)**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Angelia Christiani Wibowo

NPM: 20 03 25439

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2024

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
PENGALAMAN MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS MEREK
(STUDI PADA PELANGGAN NETFLIX)**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Angelia Christiani Wibowo

NPM: 20 03 25439

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2024

Skripsi

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
PENGALAMAN MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS MEREK
(STUDI PADA PELANGGAN NETFLIX)**



Disusun oleh:

Angelia Christiani Wibowo

NPM: 20 03 25439

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Wenefrida', is written over the signature line.

Wenefrida Mahestu N. Krisjanti., S.E., M.Sc.IB, Ph.D

19 Juni 2024

Skripsi

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
PENGALAMAN MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS MEREK
(STUDI PADA PELANGGAN NETFLIX)**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Angelia Christiani Wibowo

NPM: 20 03 25439

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji

Pada tanggal 4 Juli 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji

Wenefrida Mahestu N. Krisjanti., S.E., M.Sc.IB, Ph.D

**Oscar Chrismadian N.,
S.E., M.Sc.**

Vonezyo Yudianto Djaromesz, S.E., MBA

Yogyakarta, 18 Juli 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Wenefrida Mahestu N. Krisjanti., S.E., M.Sc.IB, Ph.D

BANI EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
PENGALAMAN MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS MEREK
(STUDI PADA PELANGGAN NETFLIX)**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari karya tulis atau ide orang lain telah tercantum dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Juni 2024

Yang menyatakan



Angelia Christiani Wibowo

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala kasih, berkat, anugerah, dan penyertaan-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, PENGALAMAN MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS MEREK (STUDI PADA PELANGGAN NETFLIX)”** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari doa, motivasi, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat diantaranya:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa selalu menyertai, memberkati, menuntun, dan melancarkan penulis dalam segala hal hingga saat ini.
2. Ibu Wenefrida Mahestu N. Krisjanti., S.E., M.Sc.IB, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam membimbing, memberikan arahan, masukan, dukungan, saran, serta bantuan dari awal proses penyusunan skripsi hingga akhir sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, staff pengajar, karyawan, dan pihak-pihak lain yang terdapat di Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan bantuan dari awal kuliah hingga akhir kuliah.
4. Keluarga tersayang yang selalu memberikan doa, nasihat, motivasi, dukungan, dan semangat kepada penulis dari awal proses penyusunan skripsi hingga akhir sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Yoshua Caesa Hantojo yang selalu memberikan perhatian, dukungan, dan kasih sayang sehingga penulis dapat berjuang dan selalu semangat ketika mengerjakan skripsi dari awal hingga akhir.
6. Elvaretta Rosabel Wardhana, Alexander Juan Vinsentosa, dan Zefanya Gilbertolius Bintoro yang merupakan teman seperjuangan yang senantiasa memberikan dukungan, masukan, dan arahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
7. Nicholas Juan Pradana, Alexander Alvin Rahadian, Sherly Meliana Geraldine, Lusia Priska Alvina, Riski Wijaya, Mirra Salva, dan Gabriella Godeliva Ivana yang memberikan dukungan, motivasi, dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
8. Seluruh responden yang telah membantu dan berpartisipasi dalam mengisi kuesioner sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Seluruh pihak yang turut memberikan doa, dukungan, motivasi, dan bantuan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan sangat terbuka dengan segala bentuk kritik dan saran yang membangun dapat dijadikan sebagai masukan bagi penulis agar kedepannya penelitian ini menjadi lebih baik lagi. Penulis berharap hasil penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membaca atau pihak yang ingin meneliti hal serupa.

Yogyakarta, 14 Juni 2024

Penulis,



Angelia Christiani Wibowo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
Abstrak	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Citra Merek.....	11
2.2 Persepsi Kualitas	12
2.3 Pengalaman Merek	12
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	14
2.5 Loyalitas Merek.....	15
2.6 Penelitian Terdahulu.....	16

2.7	Pengembangan Hipotesis	22
2.7.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	22
2.7.2	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan.....	23
2.7.3	Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	24
2.7.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek	25
2.8	Model Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Jenis Penelitian	27
3.2	Lokasi, Subjek, dan Objek Penelitian	27
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.3.1	Metode Pengambilan Sampel	28
3.4	Metode Pengumpulan Data	29
3.5	Metode Pengukuran Data	30
3.6	<i>Face Validity</i>	31
3.7	Definisi Operasional.....	33
3.8	Pengujian Instrumen.....	35
3.9	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	36
3.10	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	37
3.11	Pengujian Hipotesis	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Analisis Profil Responden dan Kriteria Responden	39
4.2	Analisis SEM-PLS	44
4.2.1	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	45
4.2.2	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	51
4.3	Pengujian Hipotesis	51
4.4	Pembahasan	54
4.4.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	54
4.4.2	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan	55
4.4.3	Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	56
4.4.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek.....	57
BAB V PENUTUP.....		58
5.1	Kesimpulan.....	58

5.2	Implikasi Manajerial.....	58
5.3	Keterbatasan Penelitian	60
5.4	Saran Penelitian Selanjutnya	60
	DAFTAR PUSTAKA	62
	LAMPIRAN.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aplikasi Video Streaming Favorit Masyarakat Indonesia	3
Gambar 1.2 Sejarah Netflix	4
Gambar 1.3 Tentang Netflix	5
Gambar 2.1 Model Penelitian	26
Gambar 4.1 Model Struktural	44
Gambar 4.2 Model Struktural PLS <i>Algorithm</i>	47
Gambar 4.3 Model Struktural <i>Bootstrapping</i>	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 3.2 <i>Face Validity</i>	31
Tabel 3.3 Definisi Operasional	34
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan	41
Tabel 4.4 Kriteria Responden yang Mengetahui Netflix	43
Tabel 4.5 Kriteria Responden yang Pernah Berlangganan Netflix	44
Tabel 4.6 <i>Outer Loading</i>	45
Tabel 4.7 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	47
Tabel 4.8 <i>Cross Loading</i>	48
Tabel 4.9 <i>Cronbach's Alpha</i>	49
Tabel 4.10 <i>Composite Reliability</i>	50
Tabel 4.11 <i>R-Square Adjusted</i>	51
Tabel 4.12 <i>Path Coefficient</i>	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	68
Lampiran 2 Kuesioner Asli	75
Lampiran 3 Profil Responden	78
Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden	84
Lampiran 5 Hasil Olah Data SmartPLS	98
Lampiran 6 <i>Outer Loading (Loading Factor) >0,6</i>	102
Lampiran 7 Jurnal Acuan Utama	103

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
PENGALAMAN MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS MEREK
(STUDI PADA PELANGGAN NETFLIX)**

Disusun oleh:

Angelia Christiani Wibowo

NPM: 20 03 25439

Pembimbing:

Wenefrida Mahestu N. Krisjanti., S.E., M.Sc.IB, Ph.D

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, persepsi kualitas, dan pengalaman merek terhadap kepuasan pelanggan serta pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek. Objek penelitian ini adalah Netflix. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 151 orang yang mengetahui Netflix dan pernah berlangganan Netflix. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dalam Google Form dengan menggunakan skala *likert* 5 poin. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan basis varian *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi atau *software* SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pengalaman merek mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas merek. Akan tetapi, persepsi kualitas tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Citra Merek, Persepsi Kualitas, Pengalaman Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Merek.