

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, VARIASI KONTEN, HARGA
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP LOYALITAS
PENGGUNA NETFLIX DI INDONESIA :
Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Magister Manajemen



SYAKINA

2231021001

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Syakina

NIM : 2231021001

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Syakina', followed by a period.

Tanggal : 15 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Syakina
NIM : 2231021001
Program Studi : Manajemen S2
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Layanan, Variasi Konten,
Harga dan Keputusan Pembelian Terhadap
Loyalitas Pengguna Netflix di Indonesia: Peran
Mediasi Kepuasan Pelanggan

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Manajemen S2, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Okder Pendrian, S.TP., M.M., Dr ()
Penguji : Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., ()
PhD Muchsin
Penguji : Ovalia, S.Pd, M.Si, Ph.D ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 15 September 2026

UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

- 1) Dr. Okder Pendrian, S.TP., MM. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
- 2) Bapak Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD dan Ibu Ovalia, S.Pd, M.Si, Ph.D selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dalam proses penyelesaian tesis ini;
- 3) Para responden yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 4) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- 5) Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 6) Seluruh Dosen Magister manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya;

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 06 September 2026

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syakin
NIM : 2231021001
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Tesis : Pengaruh Kualitas Layanan, Variasi Konten, Harga dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pengguna Netflix di Indonesia: Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Layanan, Variasi Konten, Harga dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pengguna Netflix di Indonesia: Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan

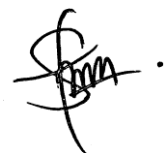
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 06 September 2026

Yang menyatakan



(Syakina)

**Pengaruh Kualitas Layanan, Variasi Konten, Harga dan Keputusan Pembelian
Terhadap Loyalitas Pengguna Netflix di Indonesia:
Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan**

Syakina

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan, variasi konten, harga, dan keputusan pembelian terhadap loyalitas pengguna Netflix di Indonesia dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring terhadap 105 responden yang telah lolos penyaringan, yaitu pengguna Netflix di Indonesia yang pernah membeli paket berlangganan dalam enam bulan terakhir. Responden dipilih menggunakan teknik Purposive Sampling. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, kualitas layanan dan variasi konten tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna serta tidak terbukti memediasi pengaruh kualitas layanan, variasi konten, harga, dan keputusan pembelian terhadap loyalitas pengguna. Meskipun demikian, total pengaruh keputusan pembelian terhadap loyalitas pengguna ditemukan positif dan signifikan. Model penelitian mampu menjelaskan 59,3% variasi kepuasan pelanggan dan 44,1% variasi loyalitas pengguna. Hasil PLSpredict juga menunjukkan bahwa model memiliki relevansi dan kemampuan prediktif yang baik. Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan belum tentu secara langsung membentuk loyalitas dalam konteks layanan subscription video on demand. Loyalitas pengguna Netflix berpotensi dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kebiasaan penggunaan, biaya perpindahan, eksklusivitas konten, keterikatan merek, dan daya tarik penawaran pesaing.

Kata kunci: kualitas layanan, variasi konten, harga, keputusan pembelian, kepuasan pelanggan, loyalitas pengguna, Netflix.

**The Influence of Service Quality, Content Variety, Price, and
Purchase Decisions on Netflix User Loyalty in Indonesia:
The Mediating Role of Customer Satisfaction**

Syakina

ABSTRACT

This study aims to examine the effects of service quality, content variety, price, and purchase decisions on Netflix user loyalty in Indonesia, with customer satisfaction as a mediating variable. This study employed an explanatory quantitative approach. Data were collected through an online questionnaire administered to 105 screened respondents in Indonesia who had purchased a Netflix subscription plan within the previous six months. The respondents were selected using Purposive Sampling. The data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The results show that price and purchase decisions have positive and significant effects on customer satisfaction. In contrast, service quality and content variety do not have significant effects on customer satisfaction. Customer satisfaction does not have a significant effect on user loyalty and does not mediate the effects of service quality, content variety, price, or purchase decisions on user loyalty. Nevertheless, the total effect of purchase decisions on user loyalty is positive and significant. The research model explains 59.3% of the variance in customer satisfaction and 44.1% of the variance in user loyalty. The PLSpredict results also indicate that the model has good predictive relevance and capability. These findings confirm that customer satisfaction does not necessarily translate directly into loyalty in the subscription video-on-demand context. Netflix user loyalty may be influenced by other factors, including usage habits, switching costs, content exclusivity, brand attachment, and the attractiveness of competitors' offerings.

Keywords: service quality, content variety, price, purchase decisions, customer satisfaction, user loyalty, Netflix.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	13
2.1 Definisi Konsep	13
2.2 Telaah Teori	19
2.2.1 Kualitas Layanan	19
2.2.2 Variasi Konten	20
2.2.3 Harga.....	21
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	22
2.2.5 Kepuasan pelanggan	23
2.3 Penelitian Terdahulu	24
2.4 Kerangka Berpikir.....	26
2.5 Kerangka Berpikir.....	27
BAB III METODOLOGI.....	29
3.1 Metode Penelitian	29
3.2 Teknik Sampling.....	31
3.3 Operasionalisasi Variabel	32
3.4 Instrument	40
3.4.1 Analisis Deskriptif	40
3.4.2 Structural Equation Model (SEM) - Partial Least Square (PLS).....	40
3.4.3 Outer Model	41
3.4.4 Inner Model.....	41
3.5 Uji Hipotesis	43

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Karakteristik Responden.....	44
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	44
4.3 Tahapan Analisis SEM-PLS dan Respesifikasi Model.....	45
4.4 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	46
4.4.1 Evaluasi Indikator dan Respesifikasi	46
4.4.2 Outer Loading Model Akhir	48
4.4.3 Reliabilitas dan Validitas Konvergen	50
4.4.4 Validitas Diskriminan	52
4.5 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	52
4.5.1 Kolinearitas Struktural (Inner VIF)	52
4.5.2 Koefisien Determinasi	53
4.5.3 Effect Size f-square.....	54
4.5.4 Q-square Predict dan PLSpredict.....	54
4.6 Pengujian Hipotesis dan Mediasi.....	55
4.6.1 Direct Effect.....	55
4.6.2 Specific Indirect Effect	57
4.6.3 Total Effect	57
4.6.4 Keputusan Hipotesis	58
4.7 Pembahasan Hubungan Antarvariabel.....	59
4.7.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan	59
4.7.2 Pengaruh Variasi Konten terhadap kepuasan pelanggan	61
4.7.3 Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan	62
4.7.4 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap kepuasan pelanggan	64
4.7.5 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna	66
4.7.6 Peran Mediasi kepuasan pelanggan	67
4.7.7 Sintesis Hasil.....	68
4.8 Implikasi Manajerial	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Implikasi Teoretis	73
5.3 Implikasi Manajerial	75
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	76
5.5 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	86
Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 1.2 Hasil Pengujian Outer Model	92
Lampiran 1.3 Hasil Pengujian Inner Model.....	97

DAFTAR GAMBAR

12 Aplikasi Video Streaming Favorit Masyarakat Indonesia Tahun 2022	3
Alasan Menggunakan Aplikasi Video Streaming Berlangganan Tahun 2022	3
Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1 Model Struktural Akhir dan Koefisien Jalur.....	59

DAFTAR TABEL

Table 3.1 Skala Likert.....	32
Table 3.2 Tabel Operasionalisasi Variabel	33
Tabel 3.3 Skala R Square.....	42
Tabel 3.4 Skala R Square.....	42
Tabel 4.1 Ringkasan Analisis Deskriptif Variabel	44
Tabel 4.2 Replikasi Hasil Model Awal.....	45
Tabel 4.3 Indikator Model Pengukuran Akhir.....	47
Tabel 4.4 Outer Loading Model Akhir	48
Tabel 4.5 Reliabilitas dan Validitas Konvergen Model Akhir	50
Tabel 4.6 Perubahan AVE Sebelum dan Sesudah Respesifikasi.....	51
Tabel 4.7 Heterotrait-Monotrait Ratio Model Akhir	52
Tabel 4.8 Inner VIF Model Struktural	52
Tabel 4.9 Nilai R-square dan Adjusted R-square	53
Tabel 4.10 Effect Size f-square.....	54
Tabel 4.11 Hasil PLSpredict 10-Fold	54
Tabel 4.12 Hasil Bootstrapping Direct Effect.....	55
Tabel 4.13 Hasil Bootstrapping Specific Indirect Effect	57
Tabel 4.14 Total Effect terhadap loyalitas pengguna	57
Tabel 4.15 Ringkasan Keputusan Hipotesis	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 1.2 Hasil Pengujian Outer Model.....	92
1.2.1 Diagram Model Pengukuran	92
1.2.2 Outer Loading	93
1.2.3 Reliabilitas Konstruk dan Validitas Konvergen	95
1.2.4 Validitas Diskriminan	95
1.2.5 Kolinearitas Indikator (Outer VIF)	96
Lampiran 1.3 Hasil Pengujian Inner Model.....	97
1.3.1 Koefisien Determinasi (R-square)	97
1.3.2 Kesesuaian Model (Model Fit)	97