

**Determinan *Willingness to Pay* pada Pengguna *Platform Streaming*
Berlangganan Netflix di Kota Padang**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat mencapai Gelar Sarjana pada Program Studi S1
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2022



No. Alumni Universitas	Agil Prasetya	No. Alumni Fakultas
------------------------	---------------	---------------------

a) Tempat/Tgl Lahir: Payakumbuh/ 31 Agustus 1997, b) Nama Orang Tua: Mardanus, S.Sos dan Sriwahyuni, c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No Bp: 1510522004, f) Tanggal Lulus: 20 April 2022, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3,23 i) Lama Studi:6 Tahun 9 Bulan, j) Alamat Orang Tua: Kampung Tengah Nagari Buayan, Kecamatan Batang Anai, Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat.

DETERMINAN WILLINGNESS TO PAY PADA PENGGUNA PLATFORM STREAMING BERLANGGANAN NETFLIX DI KOTA PADANG
Skripsi Oleh : Agil Prasetya
Pembimbing : Meuthia, SE, M.Sc

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui determinan *willingness to pay* pada pengguna *platform streaming* berlangganan di Kota Padang. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan *platform streaming* berlangganan Netflix di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria responden yaitu pernah berlangganan Netflix setelah munculnya isu pandemi virus corona (terhitung dari tanggal 2 Maret 2020), berlangganan Netflix selama 3 bulan, berusia minimal 14 tahun, dan berdomisili di Kota Padang. Sampel penelitian ini yaitu sebanyak 148 responden. Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) Statistics versi 26 dan SmartPLS (*Partial Least Square*) versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content richness* dan *interactivity* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *perceived usefulness*, serta *perceived price* dan *perceived usefulness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *willingness to pay*.

Kata Kunci : Content Richness; Interactivity; Perceived Price; Perceived Usefulness; Willingness to Pay; Netflix
 Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal 20 April 2022

Abstrak telah disetujui oleh:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Meuthia, SE, M.Sc	Prof. Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM	Yanti, SE, MM

Mengetahui,
 Ketua Jurusan Manajemen



Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D
 NIP. 197106242006041007

Alumni telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus:

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama	TandaTangan
No. Alumni Universitas	Nama	TandaTangan