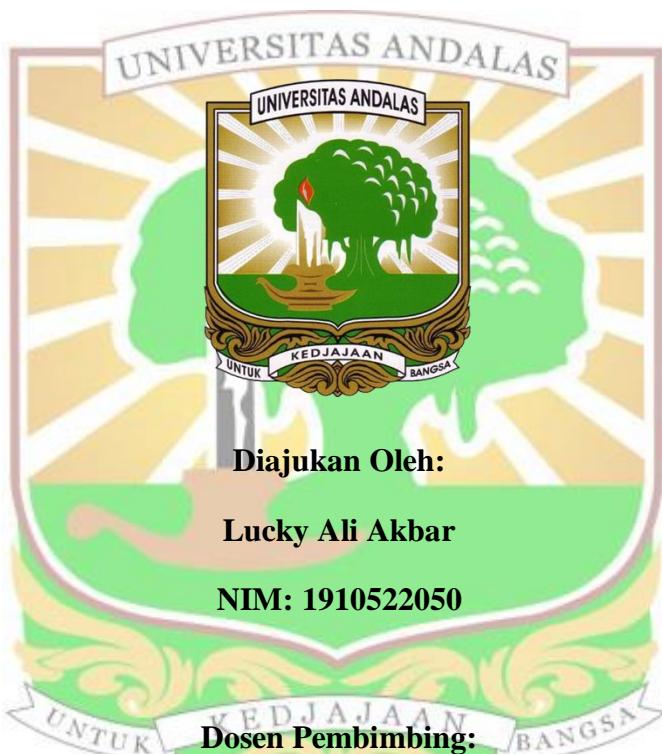


**PENGARUH *CONTENT RICHNESS, PERCEIVED VALUE DAN SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP MINAT BERLANGGANAN**

**(Survey pada Pengguna Aplikasi Vidio di Kota Padang)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program Studi S1  
Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2023**

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh *content richness*, *perceived value*, dan *social influence* sebagai variabel independen terhadap variabel dependen minat berlangganan pada pengguna Vidio di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer. Sampel penelitian berjumlah sebanyak 140 orang. Data diperoleh melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert yang dibagikan kepada responden secara online. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content richness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berlangganan, *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berlangganan, serta *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berlangganan.

**Kata Kunci:** *content richness*, *perceived value*, *social influence*, minat berlangganan

