

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN LAYANAN YOUTUBE CHANNEL MEMBERSHIP
(Studi Pada Penonton Channel Gaming Gogogoy)

SKRIPSI



Oleh :

Reisha Diandra Alifia

NPM. 22042010171

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2026

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN LAYANAN YOUTUBE CHANNEL MEMBERSHIP
(Studi Pada Penonton Channel Gaming Gogoy)**

SKRIPSI



Oleh :

Reisha Diandra Alifia

NPM. 22042010171

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap
Keputusan Pembelian Pelanggan Layanan YouTube Channel Membership
(Studi Pada Penonton Channel Gaming Gogogoy)**

Disusun Oleh :

Reisha Diandra Alifia

NPM. 22042010171

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Lisan Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing



Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si

NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.

NIPPPK. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Layanan YouTube Channel Membership (Studi Pada Penonton Channel Gaming Gogogoy)

Disusun Oleh :

REISHA DIANDRA ALIFIA

NPM. 22042010171

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada Tanggal 04 Mei 2026

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196112241989031007

Tim Penguji

1. Ketua

Sumainah Fauziah, S.AB, M.AB
NIP. 199312072022032015

2. Sekretaris

Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196112241989031007

3. Anggota

Indah Respati Kusumasari, S.Sos, M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIPPPK. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reisha Diandra Alifia
NPM : 22042010171
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 04 Mei 2026
Yang Membuat pernyataan



Reisha Diandra Alifia
NPM. 22042010171

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Layanan YouTube Channel Membership (Studi Pada Penonton Channel Gaming Gogogoy)”** .

Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, UPN “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa selesainya penelitian ini tidak terlepas dari dukungan dari berbagai pihak. Secara khusus, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Bapak Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis. Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan bagi penulis selama perkuliahan.

4. Teristimewa untuk kedua orang tua, Papa Rudy Sunaryo dan Mama Diah Nuraini Dina Astuti. Terima kasih atas doa, kasih sayang, pengorbanan, kepercayaan, dan dukungan sehingga mampu memberikan motivasi terbesar bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
5. Sahabat seperjuangan penulis dari awal perkuliahan “ANLE” yaitu Alya, Jovita, Maulidya, dan Safina telah menjadi *support system* terbaik sejak semester awal hingga sampai di tahap akhir perkuliahan ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan keterbatasan ilmu dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan kesempurnaan penelitian ini. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 04 Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	19
2.2.3 Kualitas Layanan	21
2.2.4 Harga.....	25
2.2.5 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	27
2.2.6 Keputusan Pembelian	29
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.4 Kerangka Berfikir.....	35
2.5 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	42

3.4 Pengumpulan Data.....	45
3.5 Analisis Data	46
3.6 Analisis Regresi Berganda	51
3.7 Uji Hipotesis	51
3.8 Jadwal Penelitian.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Umum Obyek Perusahaan.....	56
4.2 Penyajian Data Hasil Penelitian	58
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	58
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	62
4.3 Hasil Analisis Data	77
4.3.1 Uji Validitas	77
4.3.2 Uji Reliabilitas	78
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	79
4.3.4 Regresi Linear Berganda	85
4.3.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	86
4.4 Uji Hipotesis	87
4.4.1 Uji Simultan (Uji F)	87
4.4.2 Uji Parsial (Uji t).....	88
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	89
4.6 Matriks Hasil Penelitian dibanding dengan Penelitian Terdahulu	92
BAB V PENUTUP	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Perbandingan Layanan YouTube Music, Premium, dan YouTube Channel Membership	3
Tabel 3. 1 Skala Likert	42
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Status	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Menonton	60
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian Membership.....	61
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi Pertama	62
Tabel 4.7 Kategori Skala.....	63
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Kualitas Layanan (X_1).....	64
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Harga (X_2).....	69
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Electronic Word of Mouth (X_3)	72
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y).....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel.....	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	79
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	80
Tabel 4. 15 Hasil Uji Glesjer.....	82
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4. 17 Uji Linearitas X_1 dengan Y	83
Tabel 4. 18 Uji Linearitas X_2 dengan Y	84
Tabel 4. 19 Uji Linearitas X_3 dengan Y	84
Tabel 4. 20 Uji Regresi Linear Berganda.....	85
Tabel 4. 21 Uji Koefisien Determinasi	87
Tabel 4. 22 Uji Simultan (Uji F).....	87
Tabel 4. 23 Uji Parsial (Uji t)	88
Tabel 4. 24 Matriks Penelitian.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara dengan Pengguna YouTube Terbanyak	2
Gambar 1. 2 Tampilan Live Streaming di Channel Gaming Gogogoy	5
Gambar 1. 3 Laman YouTube Gogogoy.....	6
Gambar 1. 4 Tampilan YouTube Membership Gogogoy	7
Gambar 1. 5 Ulasan Pengguna Membership melalui media sosial TikTok.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan YouTube	57
Gambar 4.2 Logo Channel Gaming Gogogoy.....	58
Gambar 4. 3 P-Plot Uji Normalitas.....	80
Gambar 4. 4 ScatterPlot Uji Heteroskedastisitas.....	81

ABSTRAK

REISHA DIANDRA ALIFIA, 22042010171, PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN YOUTUBE CHANNEL MEMBERSHIP (STUDI PADA PENONTON CHANNEL GAMING GOGOGOY)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pelanggan Youtube Channel Membership. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan platform digital yang mendorong kreator memanfaatkan fitur membership sebagai monetisasi, namun partisipasi penonton sebagai membership masih rendah dibandingkan jumlah penonton yang ada.

Penelitian ini dilakukan pada penonton channel Gaming Gogogoy yang pernah membeli membership. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data diperoleh melalui kuesioner kepada 156 responden serta data sekunder dari sumber publik seperti jumlah subscriber channel. Analisis menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS versi 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 2,514 dan signifikansi $0,013 < 0,05$. Harga juga berpengaruh dengan nilai t hitung 4,116 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. *Electronic word of mouth* merupakan variabel paling dominan dengan nilai t hitung 7,609 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan kualitas layanan, harga, dan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung 78,592 dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memberikan wawasan bahwa keputusan pembelian pelanggan pada layanan YouTube Channel Membership dipengaruhi oleh kualitas layanan yang baik, harga yang sesuai, serta penyebaran informasi dan rekomendasi positif di antara penonton Channel Gaming Gogogoy

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian, Youtube Channel Membership

ABSTRACT

REISHA DIANDRA ALIFIA, 22042010171, THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE, AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON CUSTOMER PURCHASE DECISIONS OF YOUTUBE CHANNEL MEMBERSHIP (STUDY ON VIEWERS OF GAMING GOGOGOY CHANNEL)

The development of digital platforms has encouraged content creators to utilize membership features as a means of monetization while also building closer relationships with their audiences. However, the level of viewer participation in membership services is still relatively low compared to the total number of viewers. This study was conducted to determine and analyze the influence of service quality, price, and electronic word of mouth on customers' purchasing decisions for YouTube Channel Membership.

This research focuses on viewers of the Gogogoy Gaming channel who have previously purchased membership on the channel. This study uses a quantitative method with an associative approach. The data used consist of primary data obtained through the distribution of questionnaires to viewers of the Gogogoy gaming channel who are familiar with the YouTube Channel Membership service, as well as secondary data obtained from public sources such as the total number of channel subscribers. The research data were analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of the SPSS Version 31 statistical program.

The results show that simultaneously service quality, price, and electronic word of mouth have a significant effect on customers' purchasing decisions for the YouTube Channel Membership service. Partially, each variable also has an influence on purchasing decisions. This research is expected to contribute to content creators and digital platform managers in improving membership service quality, pricing strategies, and customers' subscription interest.

Kata Kunci : *Service Quality, Price, Electronic Word of Mouth, Purchase Decision, YouTube Channel Membership.*