

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN DIGITAL, DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Pada Pengguna Aplikasi Netflix Di Surabaya)**

**SKRIPSI**



Oleh :

Nazla Taslia Farah

NPM. 22042010064

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2026**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN DIGITAL, DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Pada Pengguna Aplikasi Netflix Di Surabaya)**

**SKRIPSI**



Oleh :

Nazla Taslia Farah

NPM. 22042010064

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN DIGITAL, DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Pada Pengguna Aplikasi Netflix Di Surabaya)**

Disusun Oleh:  
**Nazla Taslia Farah**  
NPM. 22042010064

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui  
Pembimbing Utama

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

Mengetahui,

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK**

  
**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si**  
NIP: 196804182021211006

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN DIGITAL, DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi Pada Pengguna Aplikasi Netflix Di Surabaya)**

**Disusun Oleh :**

**Nazla Taslia Farah**

**NPM. 22042010064**

**Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya Dan Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Pada Tanggal 31 Agustus 2026**

**Menyetujui,**

**Pembimbing Utama**

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

**Tim Penguji**

**1. Ketua**

  
**Budi Prabowo, S.Sos., M.M**  
**NIP. 196210161988031001**

**2. Sekretaris**

  
**Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA**  
**NIP. 19771204202511022**

**3. Anggota**

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

**Mengetahui,  
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK**

  
**Prof. Dr. Catun Suratnoaji, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nazla Taslia Farah

NPM : 22042010064

Program : Sarjana (S1) / Magister (S2) / Doktor (S3)

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah 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 plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan plagiasi Skripsi Tesis/ Disertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Surabaya, 31 Agustus 2026

Yang membuat pernyataan



Nazla Taslia Farah  
NPM. 22042010064

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan Karunia-Nya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul **”Pengaruh Citra merek, Kualitas Layanan Digital dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Netflix (Studi Kasus Yang Berdomisili Di Surabaya).”**

Penulis menyadari bahwa didalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Selain itu, penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Ucapan terima kasih penulis sampaikan. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA. Selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak/Ibu Dosen Program Studi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan selama masa perkuliahan.
4. Kedua orang tua dan keluarga saya yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun material.

5. Sahabat dan teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan tahun 2022 yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungannya dalam penyusunan proposal ini.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan proposal ini.

Selain itu, penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan didalam penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis memohon kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap agar proposal ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak-pihak terkait.

Surabaya, 28 Agustus 2026

Nazla Taslia Farah

## DAFTAR ISI

|                                                                          |             |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>                                          | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>                                            | <b>iii</b>  |
| <b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....</b>                              | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                               | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                   | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                | <b>xi</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                     | <b>xii</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                    | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                            | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                                  | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                                 | 10          |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                              | 10          |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                             | 11          |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>                                        | <b>13</b>   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                           | 13          |
| 2.2 Landasan Teori .....                                                 | 21          |
| 2.2.1 Pemasaran.....                                                     | 21          |
| 2.2.2 Citra Merek.....                                                   | 28          |
| 2.2.3 Kualitas Layanan Digital.....                                      | 35          |
| 2.2.4 Kepuasan Pelanggan.....                                            | 42          |
| 2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....                                           | 50          |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel.....                                         | 56          |
| 2.3.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....            | 56          |
| 2.3.2 Hubungan Kualitas Layanan Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan.... | 57          |
| 2.3.3 Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan.....      | 58          |
| 2.4 Kerangka Berpikir .....                                              | 59          |
| 2.5 Hipotesis .....                                                      | 60          |
| <b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>                                | <b>61</b>   |
| 3.1 Jenis Penelitian .....                                               | 61          |
| 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....                    | 62          |
| 3.2.1 Definisi Operasional.....                                          | 62          |

|                                                                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.2.2 Pengukuran Variabel .....                                                                                    | 68        |
| 3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....                                                              | 69        |
| 3.3.1 Populasi .....                                                                                               | 69        |
| 3.3.2 Sampel .....                                                                                                 | 70        |
| 3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....                                                                                 | 72        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....                                                                                  | 73        |
| 3.4.1 Jenis Data .....                                                                                             | 74        |
| 3.4.2 Sumber Data .....                                                                                            | 74        |
| 3.4.3 Teknik Pengumpulan Data .....                                                                                | 75        |
| 3.4.4 Instrumen Penelitian.....                                                                                    | 75        |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....                                                                                     | 76        |
| 3.5.1 Uji Instrumen Penelitian.....                                                                                | 76        |
| 3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....                                                                                      | 79        |
| 3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....                                                                        | 82        |
| 3.5.4 Uji Hipotesis.....                                                                                           | 83        |
| 3.5.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                                                        | 85        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                                           | <b>86</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....                                                                            | 86        |
| 4.1.1 Profil Perusahaan.....                                                                                       | 86        |
| 4.1.2 Identitas Usaha .....                                                                                        | 87        |
| 4.1.3 Visi dan Misi .....                                                                                          | 89        |
| 4.1.4 Jenis Layanan .....                                                                                          | 90        |
| 4.2 Penyajian Data Hasil Penelitian.....                                                                           | 92        |
| 4.2.1 Data Karakteristik Responden.....                                                                            | 92        |
| 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....                                                                            | 96        |
| 4.3 Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....                                                              | 110       |
| 4.3.1 Hasil Uji Validitas .....                                                                                    | 110       |
| 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....                                                                                 | 112       |
| 4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....                                                                                      | 113       |
| 4.3.5 Uji Hipotesis.....                                                                                           | 120       |
| 4.4 Pembahasan .....                                                                                               | 124       |
| 4.4.1 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Digital , dan Kepuasan<br>Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 124       |
| 4.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....                                                       | 126       |

|                                                                          |            |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.4.3 Pengaruh Kualitas Layanan Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan ... | 127        |
| 4.4.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....     | 128        |
| 4.5 Matriks Hasil Penelitian .....                                       | 130        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                  | <b>132</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                     | 132        |
| 5.2 Saran .....                                                          | 133        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                              | <b>135</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                    | <b>141</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu .....                                | 19  |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....               | 63  |
| Tabel 3. 2 Bobot Penilaian Skala likert.....                               | 69  |
| Tabel 3. 3 Tabel responden berdasarkan wilayahnya .....                    | 72  |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis .....                 | 93  |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                   | 94  |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....       | 94  |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....              | 95  |
| Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....              | 97  |
| Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan Digital (X2)..... | 100 |
| Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (X3).....       | 104 |
| Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (X3).....       | 107 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....                                        | 110 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas .....                                   | 112 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas .....                                     | 113 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas .....                              | 115 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....               | 118 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan).....                                    | 121 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Parsial) .....                                    | 122 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                | 124 |
| Tabel 4. 17 Matriks Penelitian .....                                       | 130 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet Indonesia Pada Tahun 2025..... | 3   |
| Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....                                | 59  |
| Gambar 3. 1 Kurva Uji F (Simultan).....                           | 84  |
| Gambar 3. 2 Kurva Uji t (Parsial) .....                           | 85  |
| Gambar 4. 1 Logo Netflix .....                                    | 88  |
| Gambar 4. 2 Grafik Normal Probability Plot.....                   | 114 |
| Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                   | 117 |

## ABSTRAK

### **NAZLA TASLIA FARAH, 22042010064, PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN DIGITAL, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Pengguna Aplikasi Netflix Di Surabaya)**

Studi ini meneliti pengaruh citra merek, kualitas layanan digital, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di kalangan pengguna aplikasi Netflix di Surabaya. Meskipun Netflix mempertahankan merek global yang dikenal luas, data nasional menunjukkan bahwa platform ini hanya menempati peringkat ketiga di antara platform video di Indonesia (5,56% pengguna) di belakang platform gratis seperti YouTube dan Vidio, sementara studi sebelumnya melaporkan temuan yang tidak konsisten mengenai apakah citra merek mendorong loyalitas setelah faktor layanan fungsional diperhitungkan, yang merupakan celah yang diatasi oleh studi ini. Dengan menggunakan pendekatan penjelasan kuantitatif, data dikumpulkan dari 120 responden yang ditentukan melalui rumus Lemeshow dan dipilih melalui pengambilan sampel bertujuan di lima wilayah Surabaya, menggunakan kuesioner Likert lima poin yang dianalisis dengan regresi linier berganda di SPSS. Hasil menunjukkan bahwa citra merek, kualitas layanan digital, dan kepuasan pelanggan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan ( $F = 22,770$ ;  $p = 0,000$ ); citra merek tidak memiliki pengaruh parsial yang signifikan ( $\beta = -0,030$ ;  $p = 0,706$ ); Kualitas layanan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan ( $\beta = 0,204$ ;  $p = 0,010$ ); dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terkuat ( $\beta = 0,384$ ;  $p = 0,000$ ), dengan  $R^2$  sebesar 0,371. Temuan ini Menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan, lebih dari persepsi merek, adalah pendorong utama loyalitas pada platform streaming berbayar.

**Kata kunci:** Citra Merek, Kualitas Layanan Digital, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

## ABSTRACT

**NAZLA TASLIA FARAH, 22042010064, *THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, DIGITAL SERVICE QUALITY, AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY (A STUDY OF NETFLIX APP USERS IN SURABAYA)***

*This study examines the effect of brand image, digital service quality, and customer satisfaction on customer loyalty among Netflix application users in Surabaya. Although Netflix maintains a recognizable global brand, national data show it ranks only third among video platforms in Indonesia (5.56% of users) behind free platforms such as YouTube and Vidio, while prior studies report inconsistent findings on whether brand image drives loyalty once functional service factors are accounted for, which constitutes the gap this study addresses. Using a quantitative explanatory approach, data were collected from 120 respondents determined through the Lemeshow formula and selected via purposive sampling across five regions of Surabaya, using a five-point Likert questionnaire analyzed with multiple linear regression in SPSS. The results show that brand image, digital service quality, and customer satisfaction simultaneously have a significant effect on customer loyalty ( $F = 22.770$ ;  $p = 0.000$ ); brand image has no significant partial effect ( $\beta = -0.030$ ;  $p = 0.706$ ); digital service quality has a positive and significant effect ( $\beta = 0.204$ ;  $p = 0.010$ ); and customer satisfaction has the strongest positive and significant effect ( $\beta = 0.384$ ;  $p = 0.000$ ), with an  $R^2$  of 0.371. The findings imply that customer satisfaction, more than brand perception, is the primary driver of loyalty on paid streaming platforms.*

**Keywords:** *Brand Image, Digital Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*