

***CURRENCY MEMODERASI CONVERSATION DAN CO
CREATION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN
MEDIASI EXPERIENCE QUALITY***
(Studi pada pengguna layanan *Video On Demand* Netflix di
Kabupaten Bekasi)

SKRIPSI



OLEH :
DINA WAFIQ KHAIRUNA
112011013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**CURRENCY MEMODERASI CONVERSATION DAN CO
CREATION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN
MEDIASI EXPERIENCE QUALITY**

**(Studi pada pengguna layanan *Video On Demand* Netflix di
Kabupaten Bekasi)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH :
DINA WAFIQ KHAIRUNA
112011013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi:

Nama : Dina Wafiq Khairuna
Nim : 112011013
Judul Skripsi : *Currency Memoderasi Conversation dan Co-Creation terhadap Customer Loyalty dengan Mediasi Experience Quality (studi pada pengguna layanan Video on Demand Netflix di Kabupaten Bekasi)*

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian seminar skripsi pada Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 27 Juli 2024
Pembimbing,



Hj. Surya Bintarti, SE., MM
NIDN: 0423107203

Lembar Pengesahan Publikasi Pengganti Ujian Sidang Skripsi

SKRIPSI

***EXPLORING CUSTOMER LOYALTY AND EXPERIENCE QUALITY IN
VOD NETFLIX: THE ROLE OF CURRENCY IN CONVERSATION AND
CO-CREATION***

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Dina Wafiq Khairuna
112011013

Telah dipublikasikan pada Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik), volume 15,
nomor 02 Juni Tahun 2024 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Bekasi, 20 Juli 2024

Ka. Prodi Manajemen



Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc.
NIDN : 0406068402

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M
NIDN : 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dina Wafiq Khairuna
Nim : 112011013
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tugas Akhir/Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Tugas Akhir/Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 27 Juli 2024

Tanda Tangan

A rectangular stamp with a perforated edge is visible. It features a central emblem of a Garuda, the national symbol of Indonesia, with the text 'REPUBLIK INDONESIA' and 'PELITA BANGSA' around it. The stamp is partially obscured by a handwritten signature in black ink.

Dina Wafiq Khairuna

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena 'Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya'."

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Sukses adalah ketika keinginan bertemu dengan usaha.”

(Imam Syafi’i)

”Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan"

(Boy Chandra)

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dan juga sholawat serta salam tidak lupa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan cahaya dalam kehidupan di dunia ini, semoga syaafa'at Beliau selalu menyertai penulis, aamiin. Skripsi ini kupersembahkan dengan penuh cinta kasih untuk:

1. Ayahanda Miswanto, Ibunda tercinta Lilis Lestari, adek kembarku Ghais dan Ghozi, Saudara-Saudara ku yang tercinta dan orang-orang yang selalu mendoakan serta menginginkan yang terbaik untukku.
2. Dosen Pembimbing Ibu Dr. Surya Bintarti,S.E.,M.M dan Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.
3. Bapak dan Ibu Dosen yang senantiasa selalu memberikan ilmu pengetahuan serta teladan yang sangat berharga
4. Teman-teman seperjuangan saya Anggun Guntari, Inge Nur Oktavia, Meisya Salsabilla, Riana Ezra Savitry Is Handiani yang selalu berjuang bersama menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi ini dengan judul “*Currency memoderasi Conversation dan Co-creation terhadap Customer Loyalty dengan mediasi Experience Quality (studi pada pengguna layanan Video on Demand Netflix di Kabupate Bekasi)*”. Tujuan dari pada penulisan skripsi adalah untuk mengajukan proses tugas akhir skripsi sebagai syarat untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa.

Sehubungan dengan selesainya Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Allah SWT Yang Maha Esa yang telah memberikan Kesehatan agar bisa dapat Menyusun skripsi ini dengan lancar.
2. Ibu Dr.Surya Bintarti.,S.E.,M.M selaku dosen pembimbing utama yang telah sabar membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan dan berikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Yunita Ramadhani Ratnaningsih RDS, S.E.,M.Sc. dan Erina Rulianti, SIP.,M.M. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Tugas Akhir/Skripsi Mahasiswa.
4. Dr. Preatmi Nurastuti., S.E..M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil terhadap penulis.

5. Bapak Hamzah Muhammad M.,SKM.,M.M. selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati serta membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis nulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi/Tesis ini..
7. Orang tuaku tercinta yang telah membesarkan, mendidik, serta mendoakan saya dengan penuh kesabaran, keteladanan serta pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aamiin Yaa Rabbal 'alamiin.
8. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas diskusi, saran serta semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan moment di saat sedang berdiskusi bersama pada masa perkuliahan
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi ini.
10. Diri saya sendiri yang sudah berjuang dan bertahan sejauh ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir/Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saya sangat mengharapkan kritik serta saran. Semoga tugas Akhir/Skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 27 Juli 2024
Penulis,

Dina Wafiq Khairuna

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PUBLIKASI PENGGANTI UJIAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan masalah.....	11
1.3. Tujuan penelitian	13
1.4. Manfaat penelitian	14
1.5. Sistematika penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan teori	15
2.1.1 Pengertian Customer Loyalty	15
2.1.2 Pengertian Experience Quality	16
2.1.3 Pengertian Conversation	17
2.1.4 Pengertian Co Creation.....	18
2.1.5 Pengertian Currency	19
2.2 Penelitian terdahulu yang relevan	20
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	26
2.3.1 Pengembangan Hipotesis	26
2.3.2 Model Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	35
3.1.1 Jenis Penelitian	35
3.1.2. Desain Penelitian	36
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.2.1 Definisi Operasional	37
3.2.2 Pengukuran variabel	40

3.3 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	41
3.4 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data	41
3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.5 Metode Analisis Data	42
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	42
3.5.2 Analisis Statistik Inferensial	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Gambaran umum Perusahaan jasa Video on Demand Netflix	50
4.1.2 Hasil Analisis Data	54
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
BAB V PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN SKRIPSI.....	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	181

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Celah Penelitian	5
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
Tabel 3. 2 Kriteria Penilaian Evaluasi Inner Model.....	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Penelitian	54
Tabel 4. 2 Hasil Uji Deskriptif Variabel Customer Loyalty	57
Tabel 4. 3 Hasil Uji Deskriptif Variabel Experience Quality	58
Tabel 4. 4 Hasil Uji Deskriptif Variabel Conversation.....	60
Tabel 4. 5 Hasil Uji Deskriptif Variabel Co-creation	62
Tabel 4. 6 Hasil Uji Deskriptif Variabel Currency	63
Tabel 4. 7 Outer Loading Customer Loyalty	66
Tabel 4. 8 Outer Loading experience quality	67
Tabel 4. 9 Outer Loading conversation	68
Tabel 4. 10 Outer Loading co-creation	70
Tabel 4. 11 Outer Loading currncy	71
Tabel 4. 12 Cross Loading	72
Tabel 4. 13 Average Variant Extracted	73
Tabel 4. 14 Construct Realiability dan Validity	74
Tabel 4. 15 Uji Evaluasi R-Square	75
Tabel 4. 16 Hasil uji hipotesis path coeffience.....	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Model Penelitian	33
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	36
Gambar 4. 1 Aplikasi Netflix Di APP Store Dan Play Store	51
Gambar 4. 2 Tampilan Utama Dan Isi Aplikasi Netflix	51
Gambar 4. 3 Tampilan Website Alikasi Netflix	52
Gambar 4. 4 Hasil Uji SEM-PLS	65
Gambar 4. 5 Hasil Dari Bootsraping	77

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1: Databoks Aplikasi VoD	91
Lampiran 2: Tabel Daftar Harga Layanan VoD	91
Lampiran 3: Tabel Analisis 7p	92
Lampiran 4: Mapping Jurnal	96
Lampiran 5: Lembar Kuesioner	115
Lampiran 6: Hasil Kuesioner 113 Responden.....	120
Lampiran 7: Karakteristik Responden	174
Lampiran 8: Nilai T TABEL	175
Lampiran 9: Hasil Olah Data	176
Lampiran 10: Hasil Turnitin.....	180

**Currency Moderates Conversation And Co Creation On Customer Loyalty
With Experience Quality Mediation (Case Study Was Conducted On The
Netflix Application Video On Demand Service In Bekasi Regency)**

Dina Wafiq Khairuna¹
Surya Bintarti²

ABSTRACT

In addition to harming the movie industry, the COVID-19 pandemic has also increased the number of internet users. During the pandemic, people spend a lot of time at home, causing boredom. To overcome this, they fill their free time with various activities such as watching their favorite movies on digital platforms. As teenagers know other social media. This media is called a video on demand (VOD) service platform. There are various streaming platforms such as Netflix. Netflix is a digital streaming media platform with a variety of services used by millions of internet users around the world. The purpose of this study was to test Currency moderates Conversation and Co-Creation on Customer Loyalty with the mediation of Experience Quality in the Netflix application. The number of respondents in this study were 113 respondents who had used the Netflix VoD application in the Bekasi district area. Non-probability sampling and regression techniques, where the processing uses SmartPLS 3.0 software which is used to test validity and reliability. This study shows the results that all variable values in the reliability test used use Cronsbach's alpha or composite reliability. The value is above > 0.70, so it can be concluded that the variables tested are valid and can continue testing the structural mode. This research proves that 1) Conversation activities carried out by Netflix can drive the level of experience quality. 2) Co-creation provided by Netflix can drive the level of experience quality. 3) Currency offered by Netflix can moderate conversation but has a weak role in the level of experience quality. 4) The currency set by Netflix can moderate the conversation on the level of experience quality. 5) Experience quality felt by Netflix consumers can affect the level of customer loyalty. 6) Experience quality felt by consumers when using Netflix services can mediate conversation but has a weak role in the level of customer loyalty. 7) Experience quality felt by consumers in using Netflix services can mediate co-creation but has a weak role in the level of customer loyalty.

Keywords: *Conversation, Co-Creation, Customer Loyalty, Currency, Experience Quality*

- 1) Dina Wafiq Khairuna
- 2) Surya Bintarti

***CURRENCY MEMODERASI CONVERSATION DAN CO
CREATION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN
MEDIASI EXPERIENCE QUALITY***
(studi pada pengguna layanan Video On Demand Netflix di
Kabupaten Bekasi)

Dina Wafiq Khairuna¹
Surya Bintarti²

ABSTRAK

Dampak pandemi COVID-19 selain merugikan industri film, juga meningkatkan jumlah pengguna internet. Di masa pandemi, masyarakat banyak menghabiskan waktu di rumah sehingga menimbulkan rasa bosan. Untuk mengatasinya, mereka mengisi waktu luangnya dengan berbagai aktivitas seperti menonton film favorit di platform digital. Seperti yang diketahui remaja media sosial lainnya. Media ini disebut platform layanan video on demand (VOD), Ada berbagai platform streaming seperti Netflix. Netflix merupakan platform media streaming digital dengan beragam layanan yang digunakan oleh jutaan pengguna internet di seluruh dunia. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji *Currency* memoderasi *Conversation* dan *Co-Creation* terhadap *Customer Loyalty* dengan mediasi *Experience Quality* pada aplikasi Netflix.

Jumlah responden dalam penelitian ini 113 responden yang pernah menggunakan aplikasi VoD Netflix di wilayah kabupaten Bekasi. Pengambilan populasi ini bersifat Non probability sampling dan Teknik regresi, Dimana dalam pengolahannya menggunakan Software SmartPLS 3.0 yang digunakan untuk menguji validitas dan reabilitas. Penelitian ini menunjukkan hasil semua nilai variabel dalam uji reabilitas yang digunakan menggunakan Cronsbach's alpha atau composite reability. Nilai tersebut diatas >0,70, sehingga disimpulkan variabel yang diuji valid dan dapat melanjutkan pengujian mode structural.

Penelitian ini membuktikan 1) Kegiatan *conversation* yang dilakukan oleh Netflix dapat mendorong tingkat *experience quality*. 2) *Co-creation* yang diberikan oleh Netflix dapat mendorong tingkat *experience quality*. 3) *Currency* yang ditawarkan Netflix tidak dapat memoderasi *conversation* terhadap tingkat *experience quality*. 4) *Currency* yang ditetapkan oleh Netflix dapat memoderasi *conversation* terhadap tingkat *experience quality*. 5) *Experience quality* yang dirasakan oleh konsumen Netflix dapat mempengaruhi tingkat *customer loyalty*. 6) *Experience quality* yang dirasakan konsumen saat menggunakan layanan Netflix dapat memediasi *conversation* namun memiliki peranan lemah terhadap tingkat *customer loyalty*. 7) *Experience quality* yang dirasakan konsumen dalam menggunakan layanan Netflix tidak dapat memediasi *co-creation* terhadap tingkat *customer loyalty*.

Kata kunci : *Conversation, Co-Creation, Customer Loyalty, Currency Experience Quality*