

ABSTRAK

Nama : Riki Hardiansyah
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Layanan *Streaming* Netflix
Pembimbing : Mutiara Eka Puspita S,MB, M,Si & Dra. Nunie Nurida, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel pada pengguna layanan *streaming* Netflix. Sampel yang digunakan berjumlah 125 responden dengan menggunakan angket *online*. Penelitian ini menggunakan metode regresi berganda dengan tiga variabel yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel independen, kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi, dan loyalitas pengguna sebagai variabel dependen. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna dengan nilai $t_{hitung} 6,775 > 1,657$ dan signifikansi $0,000 > 0,05$, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna dengan nilai $t_{hitung} 13,621 > 1,657$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna dengan nilai $t_{hitung} 8,685 > 1,657$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, dan kualitas pelayanan tidak mempengaruhi loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi dengan nilai $t_{hitung} 0,964 < 1,675$ dan signifikansi $0,337 > 0,05$. Nilai R Square kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna sebesar 27,2% dan sisanya 72,8% ($100\% - 27,2\% = 72,8\%$) berasal dari variabel lain yang tidak diteliti. Nilai R Square kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna sebesar 60,1% dan sisanya 39,9% ($100\% - 60,1\% = 39,9\%$) berasal dari variabel lain yang tidak diteliti. Nilai R Square kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna sebesar 38% dan sisanya 62% ($100\% - 38\% = 62\%$) berasal dari variabel lain yang tidak diteliti. Nilai R Square kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna sebesar 38,5% dan sisanya 61,5% ($100\% - 38,5\% = 61,5\%$) berasal dari variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pengguna, loyalitas pengguna, Netflix.

ABSTRACT

This study aims to determine whether service quality affects loyalty with satisfaction as a variable on Netflix streaming service users. The sample used is 125 respondents using an online questionnaire. This study uses multiple regression method with three variables, namely service quality as an independent variable, user satisfaction as a mediating variable, and user loyalty as the dependent variable. The results of this study indicate that service quality has an effect on user loyalty with a t_{count} value of $6.775 > 1.657$ and a significance of $0.000 > 0.05$, service quality has a positive effect on user satisfaction with a t_{count} value of $13.621 > 1.657$ and a significance of $0.000 < 0.05$, user satisfaction has an effect positive on user loyalty with a t_{count} value of $8.685 > 1.657$ and a significance of $0.000 < 0.05$, and service quality does not affect user loyalty through user satisfaction as a mediating variable with a t_{count} of $0.964 < 1.675$ and a significance of $0.337 > 0.05$. The R Square value of service quality on user loyalty is 27.2% and the remaining 72.8% ($100\% - 27.2\% = 72.8\%$) comes from other variables not examined. The R Square value of service quality to user satisfaction is 60.1% and the remaining 39.9% ($100\% - 60.1\% = 39.9\%$) comes from other variables not examined. The R Square value of user satisfaction on user loyalty is 38% and the remaining 62% ($100\% - 38\% = 62\%$) comes from other variables that are not studied. The R Square value of service quality and user satisfaction on user loyalty is 38.5% and the remaining 61.5% ($100\% - 38.5\% = 61.5\%$) comes from other variables not examined.

Keywords: *service quality, user satisfaction, user loyalty, Netflix.*