

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (e-WOM)
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI *BRAND IMAGE* PADA PENGGUNA APLIKASI
LAYANAN *VIDEO STREAMING* iQIYI
(Studi Kasus Generasi Z di Madiun)**

SKRIPSI



OLEH:

WANDA DWI ANUGERAH

NIM. 2203102152

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2026

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (e-WOM) DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
BRAND IMAGE PADA PENGGUNA APLIKASI LAYANAN
VIDEO STREAMING iQIYI**

(Studi Kasus Generasi Z di Madiun)

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk Memenuhi Salah
Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata 1
Manajemen

OLEH:

WANDA DWI ANUGERAH

NIM. 2203102152

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

2026

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Wanda Dwi Anugerah telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 16 Juli 2026

Pembimbing I,



Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S. E., M. Si., Ak. C.A
NIDN. 0727078603

Madiun, 16 Juli 2026

Pembimbing II,



Dian Citaningtyas Ari Kadi, S. E., M. M.
NIDN. 0713058001

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Wanda Dwi Anugerah ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Kamis, tanggal 23 bulan Juli 2026.

Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

Ketua


Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.
NIDN. 0744128802

Sekretaris


Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S. E., M. Si., Ak. C.A
NIDN. 0727078603

Anggota


Dian Citaningtyas Ari Kadi, S. E., M. M.
NIDN. 0713058001

Anggota


Dr. Liliek Nur Sulistiyowati, S. E., M. M.
NIDN. 0717027501

Anggota

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
Kaprosdi S1 Manajemen



Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wanda Dwi Anugerah

NIM : 2203102152

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 15 Juli 2026

Yang Membuat pernyataan



Wanda Dwi Anugerah
NIM. 2203102152

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Semoga semangatmu tetap menyala dan energimu tidak mudah habis saat berhadapan dengan mereka yang terus mempertanyakan pencapaianmu, seolah membandingkannya dengan teman-teman seusiamu.”

PERSEMBAHAN:

Skripsi ini saya persembahkan pada diri saya sendiri, orang tua, kakak, keponakan, teman-teman dan semua yang saya sayangi beserta yang ikut berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam perjalanan proses penyusunan skripsi ini, dari awal hingga akhir. Karya ini adalah bukti kecil dari perjalanan panjang yang penuh warna. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* pada Pengguna Aplikasi Layanan *Video Streaming* iQIYI (Studi Kasus Generasi Z di Madiun)”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Dr. Apriyanti, S. E., M. M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Madiun.
4. Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., C.A. selaku Dosen Pembimbing I.
5. Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II.

6. Terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah melewati setiap proses dengan sabar hingga akhirnya sampai di titik ini.
7. Keluarga penulis (Ibu, Bapak, Mbak Rahma, Narendra keponakan) yang telah mendukung penulis dari awal sampai skripsi ini selesai.
8. Sahabat-sahabat terbaik penulis, yaitu Zindy, Sasabella, Rahma, Keisya, dan Audita, yang selalu memberikan dukungan dan saling menyemangati satu sama lain dan teman penulis Maulida yang telah mengizinkan penulis menggunakan alat print-nya.
9. Grup K-pop (BTS, NCT, CORTIS) yang lagu-lagu serta karya-karyanya telah menjadi pengiring setia dalam setiap lembar penulisan skripsi ini.
10. Drama Korea & Drama China yang menjadi sumber hiburan sekaligus inspirasi utama dalam pemilihan topik penelitian ini.
11. Responden yang telah turut membantu mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan memiliki banyak keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Madiun, 15 Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
JUDUL PENELITIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	26
C. Rumusan Masalah	27
D. Tujuan Penelitian.....	27
E. Kegunaan Penelitian.....	28
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	30
A. Kajian Pustaka.....	30
1. <i>Grand Theory: Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	30
2. Pemasaran Digital	31
3. <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	32
4. Harga	33
5. <i>Brand Image</i>	35
6. Keputusan Pembelian.....	37
B. Penelitian Terdahulu.....	38
C. Kerangka Konseptual	78

D. Hipotesis Penelitian.....	80
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) terhadap Keputusan Pembelian.....	81
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	82
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) terhadap <i>Brand Image</i>	83
5. Pengaruh Harga terhadap <i>Brand Image</i>	84
6. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Image</i>	85
7. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Image</i>	86
BAB III METODE PENELITIAN.....	88
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	88
1. Tempat Penelitian.....	88
2. Waktu penelitian.....	88
B. Jadwal Penelitian.....	89
C. Desain Penelitian.....	89
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	91
1. Populasi.....	91
2. Sampel.....	91
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	93
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	94
1. Variabel Penelitian	94
2. Definisi Operasional.....	95
F. Teknik Pengumpulan Data	96
1. Kuesioner/angket (<i>Google Form</i>)	97
2. Studi Pustaka.....	97
3. Dokumentasi	98
G. Instrumen Penelitian.....	98
H. Teknik Analisis Data	101
1. Uji Statistik Deskriptif	102
2. Uji Statistik Inferensial	103

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	109
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	109
B. Deskripsi Data.....	110
1. Karakteristik Responden	110
2. Analisis Uji Statistik Deskriptif	114
3. Analisis Uji Statistik Inferensial (<i>Outer Model</i>)	124
4. Analisis Uji Statistik Inferensial (<i>Inner Model</i>).....	127
C. Hasil Pengujian Hipotesis	130
D. Pembahasan.....	133
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) terhadap Keputusan Pembelian.....	133
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	135
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	137
4. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) terhadap <i>Brand Image</i>	140
5. Pengaruh Harga terhadap <i>Brand Image</i>	142
6. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Image</i>	143
7. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Image</i>	145
BAB V PENUTUP.....	148
A. Simpulan	148
B. Implikasi dan Saran.....	151
1. Implikasi Teoritis dan Praktis.....	151
2. Saran.....	152
C. Keterbatasan Penelitian.....	153
DAFTAR PUSTAKA	156
LAMPIRAN.....	165

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Harga Berlangganan iQIYI vs Pesaing di <i>Platform</i> Resmi.....	8
Tabel 1. 2 Hasil Pra-Survei Status/Demografi Generasi Z di Madiun tahun 2026	12
Tabel 1. 3 Hasil Pra-Survei e-WOM tahun 2026 di Madiun.....	13
Tabel 1. 4 Hasil Pra-Survei Harga tahun 2026 di Madiun	15
Tabel 1. 5 Hasil Pra-Survei Brand Image tahun 2026 di Madiun	17
Tabel 1. 6 Hasil Pra-Survei Keputusan Pembelian tahun 2026 di Madiun.....	18
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	89
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	95
Tabel 3. 3 Instrumen Indikator per Variabel.....	99
Tabel 3. 4 Instrumen Skor Skala Likert	100
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	110
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	111
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	111
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku per Bulan	112
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Kota / Kabupaten Madiun	113
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Berlangganan	114
Tabel 4. 7 Interval Mean	115
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Variabel Penelitian	115
Tabel 4. 9 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Variabel Penelitian	117
Tabel 4. 10 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Variabel Penelitian	119
Tabel 4. 11 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Variabel Penelitian	121
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Konvergen (Outer Loadings & AVE)	125
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Cross Loading)	126
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reabilitas	127
Tabel 4. 15 Hasil Uji R-Square	128
Tabel 4. 16 Hasil Uji Q-Square	130
Tabel 4. 17 Hasil Uji Path Coefficients (Koefisien Jalur).....	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Konten Digital Berbayar yang Diminati Masyarakat Indonesia	2
Gambar 1. 3 Biaya Berlangganan	3
Gambar 1. 4 Minat Layanan Streaming	5
Gambar 1. 5 Grafik Pertumbuhan Popularitas iQIYI 2021-2026	6
Gambar 2. 1 <i>Theory Of Planned Behavior</i> (Ajzen, 1991).	30
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	80
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	90
Gambar 4. 1 Graphical Output <i>Outer Model</i> PLS-SEM Algorithm	124
Gambar 4. 2 Graphical Output <i>Inner Model</i> PLS-SEM Algorithm	128
Gambar 4. 3 Graphical Output <i>Inner Model</i> Path Coefficients PLS-SEM Algorithm	130

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	165
Lampiran 2. Tabulasi Data Jawaban Responden.....	167
Lampiran 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif	171
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Konvergen	174
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	174
Lampiran 6. Hasil Uji Reabilitas.....	175
Lampiran 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	175
Lampiran 8. Hasil Uji Predictive Relevance (Q^2)	175
Lampiran 9. Hasil Uji Path Coefficients (Koefisien Jalur)	175
Lampiran 10. Hasil Output SmartPLS 4.0 (Outer Model)	176
Lampiran 11. Hasil Output SmartPLS 4.0 (Inner Model).....	176
Lampiran 12. Hasil Output SmartPLS 4.0 (Hipotesis)	176
Lampiran 13. e-WOM Negatif di Google Play Store	177
Lampiran 14. e-WOM Positif di Google Play Store dan Tiktok.....	177
Lampiran 15. Brand Image iQIYI di Indonesia	178
Lampiran 16. Validasi Sumber Pustaka	179
Lampiran 17. Daftar Riwayat Hidup.....	199