ANALISIS *SWITCHING BARRIER*, *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* DALAM MENJAGA *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA LAYANAN *PREMIUM SUBSCRIPTION* NETFLIX DI MADIUN

SKRIPSI

OLEH :

FAIRUS DYAN TOURING RAYHAN

NIM. 2203102140

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

2026

ANALISIS *SWITCHING BARRIER*, *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* DALAM MENJAGA *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA LAYANAN *PREMIUM SUBSCRIPTION* NETFLIX DI MADIUN

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 Manajemen

OLEH :

FAIRUS DYAN TOURING RAYHAN

NIM. 2203102140

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

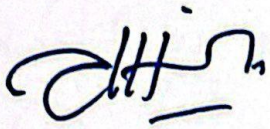
2026

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Fairus Dyan Touring Rayhan telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 22 Juli 2026

Pembimbing I,

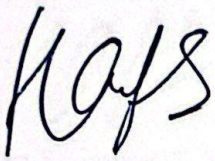


Dian Citaningtyas Ari Kadi , S.E.,M.M

NIDN. 0713058001

Madiun, 22 Juli 2026

Pembimbing II,



Hendra Setiawan, S. E., M. M

NIDN. 0702089403

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Fairus Dyan Touring Rayhan telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Rabu tanggal 29 Juli 2026.

Panitia Penguji,

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

Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M. — Sekretaris
NIDN. 0724128802

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

Hendra Setiawan, S. E., M. M — Anggota
NIDN. 0702089403

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

Mengetahui,	Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Kaprodi S1 Manajemen
Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA.	Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0727078603	NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fairus Dyan Touring Rayhan

Nim : 2203102140

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

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 di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 19 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Fairus Dyan Touring Rayhan

NIM. 2203102140

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

"Tidak ada perjuangan yang sia-sia. Allah telah menjanjikan bahwa bersama setiap kesulitan selalu ada kemudahan."

(QS. Al-Insyirah [94]: 5–6)

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA:

Saya mempersembahkan skripsi ini dengan penuh rasa syukur dan hormat kepada Ayah dan Ibu tercinta, yang senantiasa memberikan cinta, kasih sayang, dan doa restu yang tiada henti. Karya ini adalah wujud dari segala dukungan dan pengorbanan yang telah mereka berikan kepada anaknya

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, nikmat, dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis *Switching barrier, Perceived Value* dan *Customer Experience* dalam Menjaga *Customer loyalty* pada Pengguna Layanan *Premium Subscription* Netflix di Madiun" dengan baik dan tepat pada waktunya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Selama proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, bimbingan, doa, serta dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd., selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.

3. Ibu Dr. Apriyanti, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
4. Ibu Dian Citaningtyas Ari Kadi, S. E., M. M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, ilmu pengetahuan, serta kesabaran kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi hingga selesai.
5. Bapak Hendra Setiawan, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, masukan, semangat, serta arahan yang sangat berarti dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan selama peneliti menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
7. Kepada ayah tercinta Wahyudi, yang selalu menjadi teladan dalam kehidupan, senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, semangat, serta bekerja keras demi masa depan peneliti. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat, dan kepercayaan yang selalu diberikan.
8. Kepada ibu tercinta Nuryanti, yang tidak pernah berhenti memberikan doa, kasih sayang, perhatian, motivasi, dan dukungan tanpa batas kepada peneliti. Terima kasih atas cinta, kesabaran, dan pengorbanan yang begitu besar sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan ini.
9. Kepada kakak tercinta Ovelinda Yudiyanti Firdausyah, yang selalu memberikan semangat, doa, perhatian, motivasi, dan dukungan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.

10. Kepada yang terkasih Sindi Puspita Sari, yang selalu setia menemani, memberikan dukungan, doa, motivasi, perhatian, serta menjadi tempat berbagi suka dan duka selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas kesabaran dan semangat yang selalu diberikan sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
11. Diri saya sendiri, Fairus Dyan Touring Rayhan, yang telah mampu bertahan, berjuang, berusaha, dan tidak menyerah dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena telah percaya pada diri sendiri dan terus melangkah hingga mencapai tahap ini.
12. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Angkatan 2022 Universitas PGRI Madiun yang telah menjadi teman belajar, berdiskusi, serta memberikan semangat selama masa perkuliahan.
13. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
14. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, doa, dukungan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi referensi bagi pembaca, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Madiun, Juli 2026

Fairus Dyan Touring Rayhan

NIM. 2203102140

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
ABSTRAK xvi
ABSTRACT xvii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Batasan Masalah 13
C. Rumusan Masalah 16
D. Tujuan Penelitian 17
E. Kegunaan Penelitian 18
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN 20
A. Kajian Pustaka 20
1. Teori Loyalitas Pelanggan (*Customer loyalty Theory*) 20
2. *Customer loyalty* (Loyalitas Pelanggan) 22
3. *Switching barrier* 27
4. *Perceived Value* 33
5. *Customer Experience* 38
B. Penelitian Terdahulu 43
C. Kerangka Berfikir 63
D. Hipotesis Penelitian 65
1. Pengaruh *Switching barrier* terhadap *Customer loyalty* 65
2. Pengaruh *Perceived Value* terhadap *Customer loyalty* 66

3. Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer loyalty* 67
4. Pengaruh *Switching barrier*, *Perceived Value*, dan *Customer Experience* terhadap *Customer loyalty* 69
BAB III METODE PENELITIAN 70
A. Tempat dan Waktu Penelitian 70
B. Jadwal Penelitian 70
C. Desain Penelitian 71
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel 74
1. Populasi 74
2. Sampel 76
3. Teknik Pengambilan Sampel 77
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 78
1. Variabel Penelitian 78
2. Definisi Operasional 79
F. Teknik Pengumpulan Data 82
G. Instrumen Penelitian 83
H. Teknik Analisis Data 84
1. Uji Keabsahan Data 84
2. Uji Asumsi Klasik 86
3. Analisis Regresi Linear Berganda 88
4. Uji Hipotesis 89
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 93
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 93
B. Deskripsi Data 95
1. Karakteristik Responden 96
2. Uji Instrumen Penelitian 114
3. Uji Asumsi Klasik 117
4. Analisis Regresi Linear Berganda 120
C. Hasil Pengujian Hipotesis 124
1. Uji F (Simultan) 124
2. Uji T (Parsial) 125

3. Koefisien Determinasi (R^2) 128
D. Pembahasan 129
1. Pengaruh *Switching barrier* terhadap *Customer loyalty* 129
2. Pengaruh *Perceived Value* terhadap *Customer loyalty* 131
3. Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer loyalty* 133
4. Pengaruh *Switching barrier*, *Perceived Value*, dan *Customer Experience* secara Simultan terhadap *Customer loyalty* 134
BAB V PENUTUP 137
A. Simpulan 137
B. Implikasi dan Saran 141
DAFTAR PUSTAKA 146

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1Hasil Pra survey *Switching barrier* 10
Tabel 1. 2 Hasil Pra Survey *Perceived Value* 11
Tabel 1. 3Hasil Pra Survey *Customer Experience* 12
Tabel 2. 1Penelitian Terdahulu..... 43
Tabel 3. 1Jadwal Penelitian..... 71
Tabel 3. 2 Definisi Operasional..... 80
Tabel 3. 3 Skala Likert 84
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia 96
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 97
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan..... 98
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... 100
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili 101
Tabel 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan PerBulan 102
Tabel 4. 7 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan 103
Tabel 4. 8 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran..... 104
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel *Switching barrier* (X1) 106
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel *Perceived Value* (X2)..... 108
Tabel 4. 11Deskripsi Variabel *Customer Experience* (X3) 110
Tabel 4. 12 Deskripsi Variabel *Customer loyalty* (Y) 112
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas.....115
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel Penelitian.....117
Tabel 4. 15 Uji Normalitas.....118
Tabel 4. 16 Uji Multikolinearitas 119
Tabel 4. 17 Uji heteroskedastisitas..... 120
Tabel 4. 18 Uji Linearitas..... 121
Tabel 4. 19 Uji Persamaan Regresi 123
Tabel 4. 20 Hasil Uji F 125
Tabel 4. 21 Hasil Uji T..... 126
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)..... 128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 jumlah pelanggan Netflix di Indonesia (2017-2020) 3
Gambar 1. 2 *Market share* Streaming VoD Platform per Q4 2021 4
Gambar 1. 3 Data Laba Bersih Netflix (Kuartal I 2020-2022) 6
Gambar 2. 1 kerangka berfikir 64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1Angket Kuesioner Penelitian 150
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden 157
Lampiran 3 Hasil Output SPSS..... 229
Lampiran 4 Validasi Sumber Pustaka Penulisan Skripsi..... 239
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup..... 246