

**PENGARUH IKLAN, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN
DI YOUTUBE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
YOUTUBE PREMIUM
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
SRIWIJAYA PALEMBANG)**



Skripsi Oleh:

RAHMAT ARDI MOZARENO

01011381722230

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN
TEKNOLOGI**

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

KAMPUS PALEMBANG

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN UJIAN KOMPREHENSIF

Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kualitas Layanan Di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian
Youtube Premium
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang)

Disusun oleh:

Nama : Rahmat Ardi Mozareno
Nomor Induk Mahasiswa : 01011381722230
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran


ASU
14/11/22

Disetujui untuk digunakan dalam perbaikan ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan


Dosen Pembimbing
Ketua

Tanggal : 23 November 2022


Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP.197509011999032001


Anggota

Tanggal : 23 November 2022


Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001

Dosen Penguji

Tanggal : 23 November 2022


Hera Febria Mavanda, S.E., M.Si
NIP.198802282019032018

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kualitas Layanan Di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Youtube Premium (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang)

Disusun oleh:

Nama : Rahmat Ardi Mozareno
Nomor Induk Mahasiswa : 01011281722230
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
10/22
11/22

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 4 Oktober 2022 dan telah memenuhi syarat untuk di terima.

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 4 Oktober 2022

Ketua



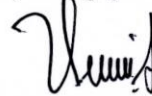
Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP.197509011999032001

Anggota



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP.197205292006042001

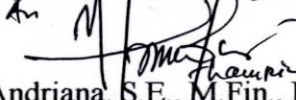
Penguji



Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si
NIP. 198802282019032018

Mengetahui

Kepala Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 19750901199932001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmat Ardi Mozareno
Nim : 01011381722230
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah Skripsi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kualitas Layanan Di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Youtube Premium (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang)”

Pembimbing:

Ketua : Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
Anggota : Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
Tanggal Ujian : 04 Oktober 2022

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak di sebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 23 November 2022

Pembuat Pernyataan,



Rahmat Ardi Mozareno

01011381722230

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'aalamin, segala puji bagi ALLAH SWT Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kualitas Layanan Di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Youtube Premium (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang)". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis. Akhir kata penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Palembang, 23 November 2022

Pembuat Pernyataan,



Rahmat Ardi Mozareno

01011381722230

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis secara khusus berkeinginan untuk menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Penulis banyak menerima bantuan, bimbingan, petunjuk, dan dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral ataupun material . Rasa terima kasih ini penulis ucapkan kepada:

1. Orang tua saya yang sudah mendukung dan memberikan doa untuk kelancaran saya selama studi hingga penulisan skripsi ini. Terima kasih tidak terhingga karena selalu mendukung setiap pilihan yang saya buat dalam meraih cita-cita saya.
2. Ibu Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Aslamia Rosa., S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah membimbing saya, memberikan waktu, masukan, dan saran kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan waktu, masukan, dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dan ilmu-ilmu yang berhubungan dengan manajemen.
5. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Prof. Dr. Mohamad Adam,S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Dr. Kemas M. Husni Thamrin, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Program Studi Manajemen
8. Ibu Wita Farla Wk, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
9. Bapak Drs. H. A. Nazaruddin, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah membimbing saya, memberikan waktu, masukan, dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

10. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang dengan ikhlas telah memberikan dan membagikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat selama saya menjalankan perkuliahan.
11. Para Staff Akademik dan perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya kampus Palembang, yang telah membantu saya sejak awal sampai akhir perkuliahan.
12. Teman teman kuliah grup ngampus dan teman teman manajemen 2017 kampus Palembang yang telah memberikan motivasi dan telah membantu dalam melancarkan kegiatan penelitian ini dari mulai awal sampai akhir pengerjaan skripsi ini.

ABSTRAK

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
18/11/2019

Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kualitas Layanan Di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Youtube Premium (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh iklan, harga, dan kualitas layanan di Youtube terhadap keputusan pembelian youtube premium (studi kasus pada mahasiswa universitas sriwijaya palembang). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang yang pernah berlangganan youtube premium. Metode pengambilan sampel menggunakan *non-probability* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif, analisis regresi linier berganda dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel iklan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai thitung sebesar 4,776 dan nilai signifikansi = 0,000, Dan variabel Harga (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variable Keputusan pembelian (Y), Karena variabel Harga memiliki signifikan $0,240 > 0,05$ dan diketahui bahwa variabel Kualitas layanan (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y). Karena variabel kualitas layanan memiliki signifikan $0,081 > 0,05$.

Kata kunci: Iklan, Harga, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian

Pembimbing I



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D

NIP. 197509011999032001

Pembimbing II

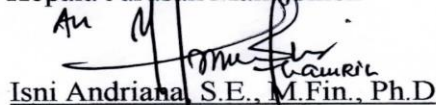


Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si

NIP.197205292006042001

Mengetahui

Kepala Jurusan Manajemen

An M

Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D

NIP. 197509011999032001

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
18/2/20

ABSTRACT

The Effect of Advertising, Price, and Service Quality On Youtube on the Decision to Purchase Youtube Premium (Case Study on Students at Sriwijaya University Palembang)

This study aims to analyze the effect of advertising, price, and service quality on Youtube on purchasing decisions for YouTube premium (a case study on students at the Sriwijaya University in Palembang). This study uses a quantitative approach with data collection methods through questionnaires. The population in this study were Sriwijaya University Palembang students who had subscribed to YouTube premium. The sampling method used non-probability with a sample size of 100 respondents. This study uses quantitative analysis techniques, multiple linear regression analysis and the coefficient of determination. The results show that the advertising variable (X1) has a significant effect on the purchasing decision variable (Y) with a tcount value of 4.776 and a significance value = 0.000, and the price variable (X2) has no significant effect on the purchasing decision variable (Y), because the price variable has significant 0.240 > 0.05 and it is known that the service quality variable (X3) has no significant effect on purchasing decisions (Y). Because the service quality variable has a significant 0.081 > 0.05.

Keywords: Advertising, Price, Quality of Service, Purchase Decision

Pembimbing I



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D

NIP. 197509011999032001

Pembimbing II



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si

NIP.197205292006042001

Mengetahui

Kepala Jurusan Manajemen

An 

Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D

NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing Skripsi telah menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa :

Disusun oleh:

ASLI
14/2/24

Nama : Rahmat Ardi Mozareno

NIM : 01011281722230

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kualitas Layanan Di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Youtube Premium (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang)

Telah kami periksa penulisan grammar, maupun susunan tenses nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar Abstrak.

Pembimbing Skripsi,

Ketua



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP.197509011999032001

Anggota



Dr. Aslamia Rosa., S.E., M.Si
NIP.197205292006042001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Mahasiswa : Rahmat Ardi Mozareno

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 28 Mei 1999

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat : Jl. Penyaringan Komp.Pdam No.13

Alamat E-mail : renosmile43@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

SD : SD IBA Palembang

SMP : SMPN 8 PALEMBANG

SMA : SMA N 5 PALEMBANG

S1 : Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI..... | i |
| SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH..... | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| UCAPAN TERIMA KASIH..... | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| SURAT PERNYATAAN ABSTRAK..... | vii |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | viii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.3 Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II | 8 |
| Tinjauan Pustaka..... | 8 |
| 2.1 Landasan Teori | 8 |
| 2.1 Iklan | 8 |
| 2.2 Iklan Internet | 10 |
| 2.3 Harga..... | 12 |

| | | |
|--------------------------|-----------------------------------|-----------|
| 2.4 | Kualitas Layanan | 14 |
| 2.5 | Keputusan Pembelian | 15 |
| 2.6 | Penelitian Terdahulu | 18 |
| 2.7 | Kerangka Pemikiran | 28 |
| 2.8 | Hipotesis | 29 |
| BAB III | | 30 |
| Metode Penelitian | | 30 |
| 3.1 | Ruang Lingkup Penelitian..... | 30 |
| 3.2 | Desain Penelitian | 30 |
| 3.3 | Jenis Sumber Data | 31 |
| 3.3.1 | Teknik Pengumpulan Data | 32 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel | 31 |
| 3.4.1 | Populasi | 31 |
| 3.4.2 | Sampel | 32 |
| 3.5 | Instrumen Penelitian | 34 |
| 3.5.2 | Uji Reliabilitas | 34 |
| 3.5.3 | Skala pengukuran kuisisioner..... | 35 |
| 3.5.4 | Teknik Analisis Data..... | 36 |
| 3.6 | Uji Hipotesis..... | 36 |

| | |
|---|-----------|
| 3.7 Uji F (Simultan) | 36 |
| 3.7.1 Uji t (Uji Parsial)..... | 36 |
| 3.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 37 |
| 3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda | 37 |
| 3.8 Definisi Operasional | 38 |
| BAB IV | 43 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 43 |
| 4.1 Gambaran Umum Profil Dan Perilaku Responden..... | 43 |
| 4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian | 47 |
| 4.1.1 Hasil Uji Validitas..... | 47 |
| 4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas..... | 49 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 50 |
| 4.2.2. Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian | 51 |
| 4.2.3 Hasil Analisis Data | 61 |
| 4.2.3.1 Uji F (Simultan)..... | 61 |
| 4.2.3.2 Uji T (Parsial) | 62 |
| 4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda | 64 |
| 4.2.5 Koefisien Determinasi (R^2)..... | 65 |
| 4.3 Pembahasan..... | 66 |
| 4.3.1 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian | 66 |

| | |
|--|-----------|
| 4.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian..... | 67 |
| 4.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian | 68 |
| BAB V..... | 69 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 69 |
| 5.1 Kesimpulan | 69 |
| 5.2 Saran | 69 |
| 5.3 Keterbatasan penelitian | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 71 |

BAB I

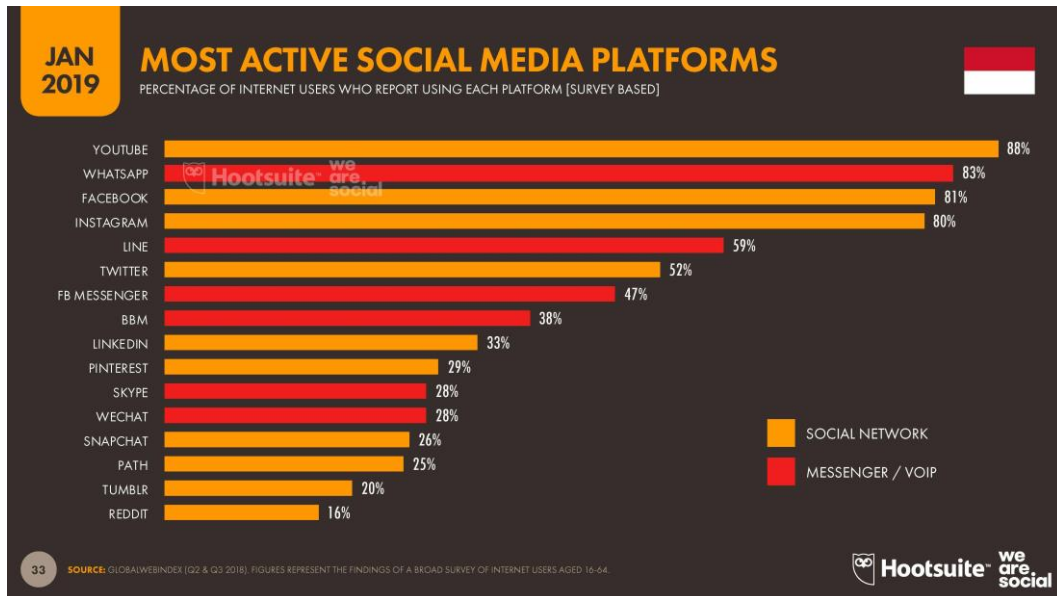
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Youtube adalah situs web yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna/kreator, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu, konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan juga ada dalam situs ini (Hopkins, 2019). Karena Youtube mempunyai fitur yang menarik, banyak orang menggunakan Youtube dibanding media internet lainnya untuk sarana hiburan komersil, pendidikan dan sebagainya. Youtube adalah media yang diminati banyak orang sehingga orang tidak ragu lagi dalam membeli produk di dalamnya (Ensiklopedia.com, 2021).

Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna Youtube terbanyak dan Youtube menjadi media sosial paling aktif dibanding media sosial lainnya di Indonesia. Youtube merupakan situs berbagi media (media sharing), yakni jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari video, audio, dan gambar. YouTube adalah media sosial yang mulai naik daun 5 tahun yang lalu. Dilansir dari situs resmi YouTube, saat ini Youtube telah memiliki lebih dari satu milyar pengguna yang merupakan hampir sepertiga semua pengguna internet (David, 2017).

Gambar 1. 1 Jumlah media aktif di indonesia tahun 2019



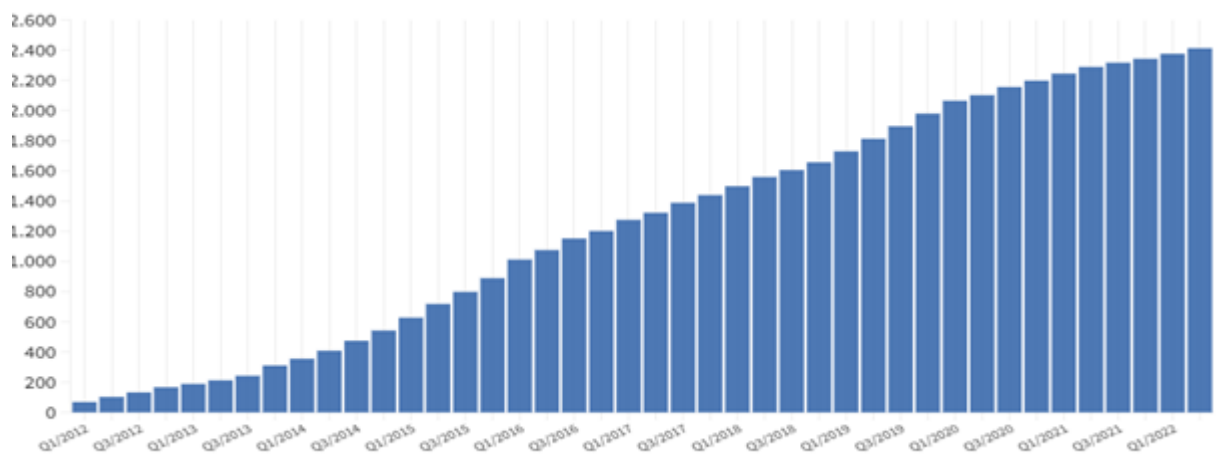
Sumber : LIPSUS INTERNET 2019

Berdasarkan gambar 1.1 pengguna Youtube sangat tinggi di Indonesia. Berkat pengguna Youtube yang sangat banyak, pada akhirnya Youtube meluncurkan bisnis baru mereka dengan menyediakan 4 layanan di dalamnya. Youtube TV, Premium, Music dan Go ini merupakan layanan yang diberikan oleh Youtube kepada pelanggannya. Youtube TV merupakan layanan *free* yang hanya memiliki fitur memutar video yang berisikan iklan di setiap video yang diputar, sedangkan Youtube Premium yaitu layanan berlangganan *streaming* yang berbayar dan mengatur tontonan langsung tanpa iklan buat seluruh video yang ditonton di Youtube, karya asli yang berkualitas yang dibuat bersama dengan para *Youtuber*, penayangan *offline* dan penayangan latar belakang video di *smartphone* (Ensiklopedia.com, 2021).

Layanan Youtube premium adalah layanan yang paling menarik banyak orang. Youtube mengklaim jumlah pelanggan Premium kini naik dengan pesat menyentuh angka 50 juta hingga tahun 2021, jumlah itu termasuk para pengguna masa uji coba *trial* (Kompas.com, 2021). Jumlah pengguna Youtube Premium yang semakin banyak disebabkan oleh keuntungan layanan Youtube Premium. Keuntungan yang bisa diterima oleh pengguna yang berlangganan Youtube Premium ialah bisa menonton video bebas dari iklan-iklan yang mengganggu sebelum dan selama video berlangsung, mendownload video untuk ditonton secara *offline*, bisa memutar video di latar belakang melalui perangkat seluler ataupun *smartphone* saat menggunakan aplikasi lainnya atau saat layar dalam mode nonaktif, bisa mengakses Youtube Music Premium dan Youtube Originals yaitu bisa menonton semua serial film dari kreator unggulan Youtube tanpa biaya tambahan (Wicaksono, 2019). Berikut ialah data jumlah pengguna youtube yang dilansir youtube.com:

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Youtube di Indonesia 2022

Pengguna (juta)



Sumber : Youtube.com 2022

periode

Dari data yang sudah didapatkan mengenai jumlah pengguna, harga Youtube premium dan Kualitas Layanan youtube premium apakah Iklan, Harga, dan Kualitas layanan dapat berpengaruh pada suatu produk positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Iklan, harga dan kualitas layanan dari Youtube Premium merupakan unsur-unsur yang mempengaruhi keputusan pembelian para pengguna Youtube untuk berlangganan Youtube Premium. Menurut Alo (2018), iklan harus memiliki informasi yang jelas terhadap produk yang diiklankan karena melalui informasi yang jelas maka calon konsumen akan mempunyai keputusan untuk membeli. penjelasan Ini sangat menarik untuk dikaji lebih mendalam melalui penelitian ini. Harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi (Kotler, 2018). Kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan merupakan hal sangat penting mengingat agar pelanggan membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Hal tersebut menyebabkan perusahaan berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya (Tjiptono, Fandy dan Chandra, 2019).

Berikut ini adalah penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu dalam meneliti variabel Iklan, Harga dan Kualitas layanan. Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Pardamean (2018) yang berjudul Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian

yang dilakukan oleh Rahayu (2020) yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan) dengan hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial dan simultan kedua variabel independen yang diteliti yaitu harga dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahardian (2019) meneliti tentang Pengaruh Terpaan Iklan Axe Body Spray Di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fasilkom-Ti Universitas Sumatera Utara. Hasilnya kedekatan yang dialami penonton terhadap iklan Youtube tersebut melalui visualisasi, alur cerita dan model dari iklan tersebut menimbulkan ketertarikan dan akhirnya membeli produk Axe Body Spray. Penelitian lainnya dilakukan Elisa (2015) meneliti tentang pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian sabun lifebuoy dengan hasil penelitian membuktikan bahwa variabel iklan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian lainnya dilakukan Yusrizal Firdaus (2020) meneliti tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ponsel blackberry curve dengan hasil penelitian membuktikan bahwa ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Iklan, harga dan kualitas pelayanan di Youtube terhadap keputusan pembelian Youtube premium (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan tulisan dan latar belakang penelitian diatas, peneliti merumuskan rumusan masalah untuk penulisan skripsi ini dengan sebagai berikut:

1. Apakah iklan, harga dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Youtube Premium di Mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang ?
2. Variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Youtube Premium di Mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang rumusan masalah yang telah dipaparkan maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh iklan, harga dan kualitas layanan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian produk Youtube Premium di Mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa yang paling berpengaruh diantara iklan, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian produk Youtube Premium di Mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang.

1.3 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan antara lain :

1. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah bisa memberikan informasi dan pengetahuan tentang pengaruh iklan, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Youtube Premium untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta menjadi bahan acuan untuk kedepannya.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan atau pengetahuan mengenai Pengaruh iklan, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Youtube Premium Di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhyatman, Tirto Bagus, and Idola Perdini Putri. 2018. "Pengaruh Iklan YouTube Monster Hunter World Versi PS4 Story Of Yamada The Almighty MonHun World Geek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Komunitas PlayStation 4 Indonesia The Effect Of Monster Hunter World YouTube Advertisement PS4 Story Of Yamada The Almig." 5(2): 2842–47.
- Akdon, and Riduwan. 2013. *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistika*. alfabeta.
- Amrullah, Pamasang S. Siburian, and Saida Zainurossalamia ZA. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 13(2): 99–118.
- Azwar. 2015. *Reliabilitas Dan Validitas*. Edisi 10. Jakarta: pustaka pelajar.
- Bayu D. Wicaksono, and izza namira. 2019. "Beberapa Fitur YouTube Premium Ini Gak Didapat Pengguna Biasa, Minat?"
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Chaerudin, Satria Mulia, and Afriapoll Syafarudin. 2021. "The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction." *Ilomata International Journal of Tax and Accounting* 2(1): 61–70.
- Cynthia, Debby, Haris Hermawan, and Ahmad Izzudin. 2022. "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* 9(1): 104–12.
- David, Eribka, Mariam Sondakh, and Stefi Harilama. 2017. "Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi." *Acta Diurna* 6(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/index/index>.
- Dewi, Fitriana, Listyowati Rahayu, and Unna Safitri. 2020. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada CV. XP Computer, Boyolali)." *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 8(1): 14–24.
- Ditya, E. D. 2015. *Anteseden Efektivitas Iklan Pop-up Di Media Sosial Youtube*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Dzikril Hakim, M. Maulana. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 5(November): 1–21.

- Elisa, and Yusnizal Firdaus. 2015. "Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun LIFEBOUY." *Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 13(3): 299–308.
- Ensiklopedia. 2021. "Youtube."
- Fadli, Mashur, Meyzi Heriyanto, and Lie Othman. 2021. "The Effect of Pricing and Promotion on Consumer Purchase Decisions of Suzuki Car at PT. Sejahtera Buana Trada Suzuki Mobil Pekanbaru." *Enrichment: Journal of Management* 12(1): 127–34.
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jamarnis, Sri, and Febsri Susanti. 2019. "Pengaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa Stie 'Kbp' Padang." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 1(1): 4.
- Jim Hopkins. 2019. "Surprise! There's a Third YouTube Co-Founder." https://usatoday30.usatoday.com/tech/news/2006-10-11-youtube-karim_x.htm.
- Kotler, Philip, and Armstrong. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*. 15th Editi. Pearson Education, Inc.
- Kristian, Denny, and Rita Widayanti. 2018. *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA MAHASISWA KAMPUS 1 UNIVERSITAS KRISTEN KRIDA WACANA*. Jakarta.
- Kusuma, A J I Rahardian. 2019. "Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fasilkom-Ti Universitas Sumatera." *Program Administrasi, Ilmu Ilmu, Fakultas Dan, Sosial Politik, Ilmu Utara, Universitas Sumatera*. <http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/13301/140907089.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- LIPSUS INTERNET. 2019. "Indonesia Digital 2019: Media Sosial." <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>.
- Morissan. A.M. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Muhammad Fahmi. 2016. *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SURAT KABAR TRIBUN MEDAN*. Medan.
- Mulyana, Sri. 2020. "Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan

- Pembelian Online.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium* 6(2): 195–210.
- Nasution1, Asrizal Efendy, and Muhammad Taufik Lesmana. 2018. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Kota Medan)*. Medan.
- Paramitadewi, Y. H. 2014. *Pengukuran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Madurasa PT. Air Mancur Surakarta*. PT. Air Mancur Surakarta.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., A., & Berry, L., L. 2017. *Servqual a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. New Jersey: Journal of Retailing.
- Peter, J.dan Jerry C. Olson. 2014. *Consumer Behavior Perilaku Konsumenand Strategi Pemasaran*. edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Poluan, Jane, Genita Lumintang, and Victoria Untu. 2016. “Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola (Studi Kasus Pada Pt. Bangun Wenang Beverage Company Manado).” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 4(3): 671–81.
- Ramadani, Mohammad. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone.” *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN* 1(2): 36–46.
- reminta lumban batu, cindy monica, bela nadila aprilia. 2019. “The Effect of Promotion and Price on the Purchasing Decisions.” 余东华 张鑫宇 孙婷 4(1): 1–10.
- Rizza Anggit. 2016. “Scholars Bulletin The Influence of Administrative Zakat Infaq and Sodaqoh Funds to Population Poor (A Case Study Jambi City Year 2011-2016).” : 239–44.
- Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sanusi, Sri Rahayu. 2015. “Beberapa Uji Validitas Dan Reliabilitas Pada Instrumen Penelitian.” *Uji Validitas dan Reliabilitas*.
- Soffian. 2020. “Pengambilan Keputusan Pembelian.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.: 15–43.
- Stoker. 2014. *Iklan Internet*. New Jersey.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. bandung: alfabeta.
- . 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

- Sugiyono, D. 2018. Bandung: Alfabeta *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D / Sugiyono*.
- Supardin, Lalu, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Consumer Behavior, and Digital Bisnis. 2022. "The Role of Brand Image as a Mediation of The Effect of Advertising and Sales Promotion on Customer Purchase Decision." *Journal of Economics and Sustainable Development* (August).
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2015. *Service, Quality & Satisfaction*. Ketiga. Yogyakarta: ANDI.
- Wahyu Nurul Faroh. 2017. *ANALISA PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. Jakarta.
- Wahyuni, Sri, and Jonianto Pardamean. 2016. "Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas." *Jurnal studi Manajemen dan Bisnis* 3(1): 1–18.
- Wijaya et al. 2021. "The Effect of Advertising and Price on Purchase Decision to Popular Milk Coffee Products in the Pandemic Era in Bandung." *Psychology and Education Journal* 58(3): 303–10.
<http://www.psychologyandeducation.net/pae/index.php/pae/article/view/2714>.
- Yusnizal Firdaus. 2020. "PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN SISWA SMA MUHAMMADIYAH 1 PALEMBANG DALAM MEMBELI PONSEL BLACKBERRY CURVE."
- Yusuf, Ade, and Denok Sunarsi. 2020. "The Effect of Promotion and Price on Purchase Decisions." *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4(2): 272–79.