

**PENGARUH IKLAN DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA APLIKASI NETFLIX**

**Oleh**

**Ni Komang Ayu Sri Lasmi Dewi, NIM 1817041167**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji adanya pengaruh dari iklan dan atribut produk secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Netflix. Pada penelitian ini rancangan yang digunakan adalah kuantitatif kausal. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 65 responden. Data dikumpulkan dengan kuesioner serta dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian adalah: (1) Iklan dan Atribut Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Netflix (2) Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Netflix (3) Atribut Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Netflix.

Kata kunci: atribut produk, iklan, keputusan pembelian.

**THE EFFECT OF ADVERTISING AND PRODUCT ATTRIBUTES ON  
PURCHASE DECISIONS IN NETFLIX APPLICATIONS**

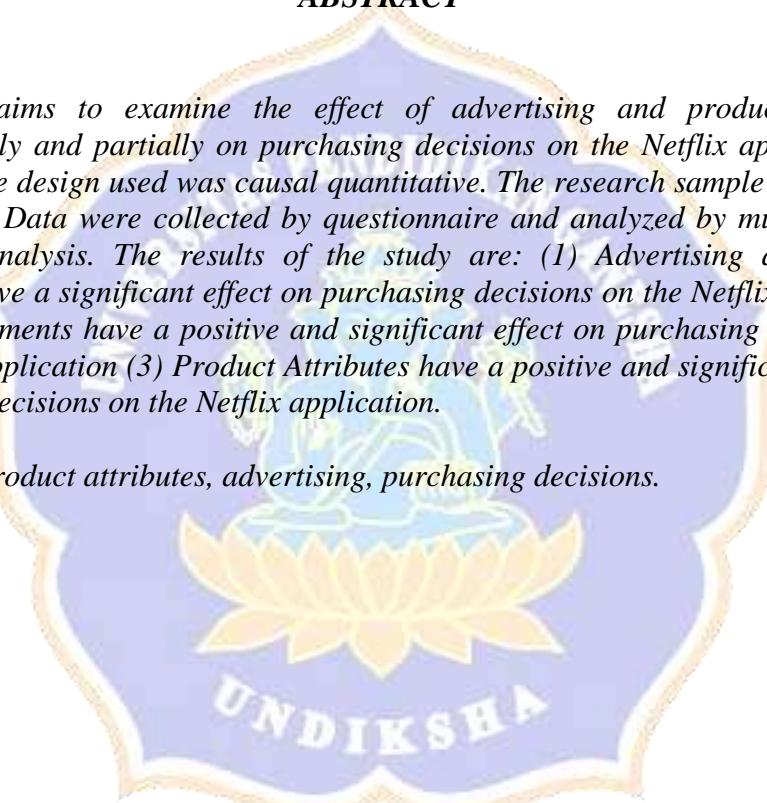
*By*

**Ni Komang Ayu Sri Lasmi Dewi, NIM 1817041167**  
*Management major*

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of advertising and product attributes simultaneously and partially on purchasing decisions on the Netflix application. In this study, the design used was causal quantitative. The research sample used was 65 respondents. Data were collected by questionnaire and analyzed by multiple linear regression analysis. The results of the study are: (1) Advertising and Product Attributes have a significant effect on purchasing decisions on the Netflix application (2) Advertisements have a positive and significant effect on purchasing decisions on the Netflix application (3) Product Attributes have a positive and significant effect on purchasing decisions on the Netflix application.*

**Keywords:** product attributes, advertising, purchasing decisions.



UNDIKSHA