

## ABSTRAK

Pada Penelitian “Pengaruh Fitur Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Netflix “(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Nasional Karangturi Semarang)” bertujuan untuk mengetahui pengaruh fitur maupun harga terhadap keputusan pembelian layanan video *streaming* Netflix di Universitas Nasional Karangturi. Variabel penelitian ini memiliki tiga variabel yaitu variabel Bebas (X1) dengan fitur, variabel Bebas (X2) yaitu harga, dan variabel Terikat (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif data penelitian, demografi responden, dan statistik data penelitian. Data-data yang telah diolah dengan menggunakan program SPSS 22.0 menghasilkan uji hipotesis sebagai berikut: Berdasarkan uji yang dilakukan hasil uji t dapat diketahui bahwa fitur dan harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan dan positif pada mahasiswa Universitas Nasional Karangturi Semarang. Dari hasil uji f dapat disimpulkan bahwa variabel X (harga dan fitur) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Y (keputusan pembelian).

**Kata Kunci:** *Video Entertainment On Demand (VOD), Netflix, Pengambilan Keputusan*

## **ABSTRACT**

*The research "The Influence of Features and Prices on the Purchase Decision of the Netflix Application" (Case Study on Students of the Karangturi National University, Semarang) aims to determine the effect of features and prices on the purchase decision of the Netflix video streaming service at Karangturi National University. The variables of this study have three variables, namely the independent variable (X1) with features, the independent variable (X2) namely price, and the dependent variable (Y) namely purchase decision. This study used a purposive sampling technique. The data analysis used is descriptive analysis of research data, respondent demographics, and research data statistics. The data that has been processed using the SPSS 22.0 program produces a hypothesis test as follows: Based on the test conducted by the results of the *t* test, it can be seen that features and price do not significantly and positively influence purchasing decisions for students at Karangturi National University, Semarang. From the results of the *f* test it can be concluded that variable X (price and features) has a simultaneous influence on variable Y (purchasing decision).*

**Keywords:** *Video Entertainment On Demand (VOD), Netflix, Decision Making*