

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *USER EXPERIENCE*
TERHADAP KEPUTUSAN BERLANGGANAN LAYANAN
STREAMING VIDEO ON DEMAND DISNEY+ HOTSTAR
(Studi Kasus Pada Pengguna Disney+ Hotstar di Wilayah DKI
Jakarta)**

***THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND USER
EXPERIENCE ON THE DECISION TO SUBSCRIBE TO
DISNEY+ HOTSTAR VIDEO ON DEMAND STREAMING
SERVICES
(Case Study of Disney+ Hotstar Users in the DKI Jakarta Area)***

Oleh

Kamiila Aziizah

2020410054

SKRIPSI

Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2024

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *USER EXPERIENCE*
TERHADAP KEPUTUSAN BERLANGGANAN LAYANAN
STREAMING VIDEO ON DEMAND DISNEY+ HOTSTAR
(Studi Kasus Pada Pengguna Disney+ Hotstar di Wilayah DKI
Jakarta)**

***THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND USER
EXPERIENCE ON THE DECISION TO SUBSCRIBE TO
DISNEY+ HOTSTAR VIDEO ON DEMAND STREAMING
SERVICES***

(Case Study of Disney+ Hotstar Users in the DKI Jakarta Area)

Oleh

Kamiila Aziizah

2020410054

SKRIPSI

Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 26 Juli 2024

Seperti tertera di bawah ini

Jakarta, 26 Juli 2024

Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.

Dosen Pembimbing

Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd

Penguji I

Resa Nurlela Anwar, S.E., M.M.

Penguji II

Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.

Penguji III

Dr. Sukardi, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi

Dedi Damhudi, S.E., M.M

Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kamiila Aziiah

NIM : 2020410054

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **“Pengaruh *E-service Quality* dan *User Experience* Terhadap Keputusan Berlangganan Layanan *Streaming Video On Demand* Disney+ Hotstar (Studi Kasus Pada Pengguna Disney+ Hotstar di Wilayah DKI Jakarta)”** yang dibimbing oleh ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. merupakan hasil skripsi saya sendiri dan tidak menjiplak dari skripsi orang lain. Jika dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian saya akan bertanggung jawab berdasarkan sanksi dan aturan yang ada. Demikian pernyataan diatas, dibuat dengan sebenarnya.

Jakarta, Juli 2024

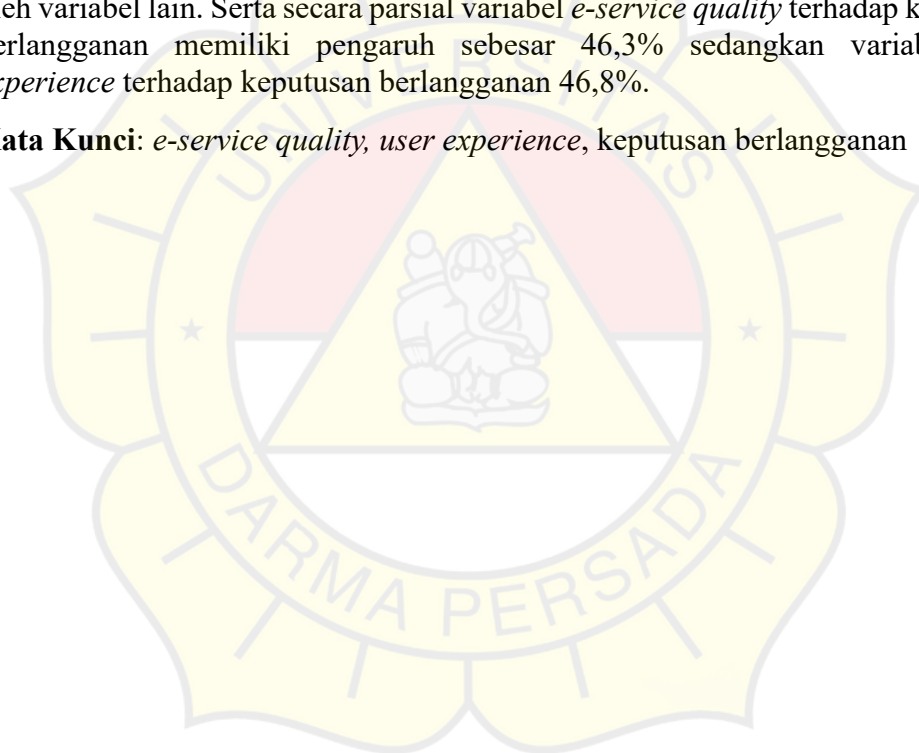


Kamiila Aziiah

ABSTRAK

Melalui penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *e-service quality* dan *user experience* terhadap keputusan berlangganan pada pengguna aplikasi Disney+ Hotstar studi kasus wilayah DKI Jakarta. Menggunakan metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden pengguna Disney+ Hotstar, minimal berlangganan aplikasi Disney+ Hotstar dalam kurun waktu 3 bulan terakhir serta menonton di aplikasi Disney+ Hotstar minimal 3 kali dalam 1 bulan di wilayah DKI Jakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dan alat analisis regresi linear berganda serta melakukan uji analisis dengan SPSS 26. Hasil dalam penelitian ini, diketahui variabel *e-sevice quality* dan *user experience* berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan berlangganan sebesar 53,2% dan sisanya 46,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Serta secara parsial variabel *e-service quality* terhadap keputusan berlangganan memiliki pengaruh sebesar 46,3% sedangkan variabel *user experience* terhadap keputusan berlangganan 46,8%.

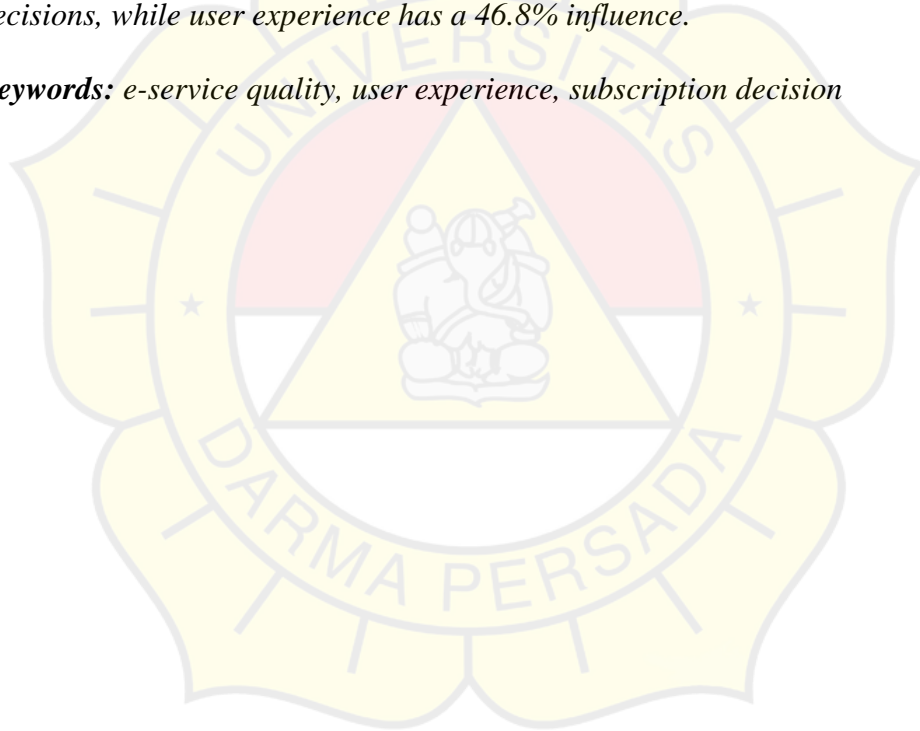
Kata Kunci: *e-service quality*, *user experience*, keputusan berlangganan



ABSTRACT

This study aims to investigate the influence of e-service quality and user experience on subscription decisions among Disney+ Hotstar users in the DKI Jakarta region. Data was collected through questionnaires distributed to 100 Disney+ Hotstar users who have subscribed to the app for at least the past 3 months and have watched content on the app at least 3 times a month in the DKI Jakarta region. Non-probability sampling was used, and data was analyzed using multiple linear regression and SPSS 26. The results showed that e-service quality and user experience have a positive and significant influence on subscription decisions, explaining 53.2% of the variance. The remaining 46.8% is explained by other variables. Partially, e-service quality has a 46.3% influence on subscription decisions, while user experience has a 46.8% influence.

Keywords: *e-service quality, user experience, subscription decision*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *E-service Quality* Dan *User Experience* Terhadap Keputusan Berlangganan Layanan *Streaming Video On Demand* Disney+ Hotstar (Studi Kasus Pada Pengguna Disney+ Hotstar di Wilayah di DKI Jakarta)”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam mengerjakan skripsi ini tidak akan berwujud tanpa adanya doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua tersayang yang telah memberikan semangat, doa serta dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, M.M. selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi, terimakasih telah meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan dalam skripsi ini.
3. Bapak Dedi Damhudi, S.E., M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak Dr. Sukardi, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Bapak dan ibu dosen yang selama ini memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dalam membantu proses belajar selama masa perkuliahan.

6. Sahabat masa perkuliahan, Sara Uli, Dini Andriyani, Setiyana Sekar Sari, dan Hairun Nissa, yang telah menemani penulis pada saat titik terendah, mendengarkan semua keluh kesah penulis, senang dan sedih bersama dalam menyelesaikan skripsi.
7. Sahabat SMA, Arshyta, Faradina, Atasya Fitri, Dea Aprilia, Widya meskipun udah jarang ketemu, tetapi kalian telah memberikan kenangan, semangat, tawa dan canda melalui versi remaja sampai dewasa ini.
8. Untuk semua temen-temen seperjuangan manajemen 2020 terutama pada konsentrasi pemasaran yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas keluh kesah, dukungan, semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Dan yang terakhir, kepada seorang perempuan namun terkadang sangat sulit dimengerti isi kepalanya, sang penulis skripsi ini yaitu diri sendiri, Kamiila Aziizah. Terima kasih sudah bertahan sampai sejauh ini melewati banyak rintangan yang tidak ada habisnya, terima kasih tetap memilih hidup dan merayakan diri sendiri di titik ini, walaupun merasa putus asa dengan segala hal yang diusahakan belum berhasil namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba.

Demikian skripsi ini dibuat, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Juli 2024

Penulis,

Kamiila Aziizah



DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembahasan, dan Rumusan Masalah	10
1. Identifikasi Masalah	10
2. Pembahasan Masalah	11
3. Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 <i>E-service Quality</i>	26
2.1.3 <i>User Experience</i>	31

2.1.4	Keputusan Berlangganan	35
2.2	Penelitian Terdahulu	44
2.3	Kerangka Pemikiran	51
2.4	Hipotessis Penelitian	53
BAB III METODE PENELITIAN		55
3.1	Metode yang digunakan	55
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	56
3.3	Operasional Variabel	56
3.4	Sumber dan Cara Penentuan Data	63
3.4.1	Sumber dan jenis data	63
3.4.2	Cara Penentuan Data.....	64
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.6	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	69
3.6.1	Uji Keabsahan.....	69
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	70
3.6.3	Alat dan Analisis Data.....	73
3.6.4	Uji Hipotesis	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		81
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	81
4.1.1	Sejarah Singkat Disney+ Hotstar	81
4.2	Karakteristik Responden	83
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	85
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	86
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal ...	87
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	88

4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Jam Menonton di aplikasi Disney+ Hotstar dalam per minggu	89
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Genre</i> film apa yang di nonton pada aplikasi Disney+ Hotstar	90
4.3	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	91
4.3.1	<i>E-service Quality</i>	91
4.3.2	<i>User experience</i>	101
4.3.3	Keputusan Berlangganan	113
4.3.4	Hasil Analisis Deskriptif Per Variabel	129
4.4	Uji Keabsahan Data	129
4.4.1	Uji Validitas.....	130
4.4.2	Uji Reliabilitas	131
4.5	Uji Asumsi Klasik	132
4.5.1	Uji Normalitas.....	133
4.5.2	Uji Multikolinieritas.....	134
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	136
4.5.4	Uji Autokorelasi	137
4.6	Alat Analisis	138
4.6.1	<i>Output</i> Melalui SPSS 26	138
4.7	Pembahasan	147
4.7.1	Pengaruh <i>E-service quality</i> dan <i>User experience</i> Terhadap Keputusan Berlangganan	147
4.7.2	Pengaruh <i>E-Sevice Quality</i> Terhadap Keputusan Berlangganan... ..	148
4.7.3	Pengaruh <i>User experience</i> Terhadap Keputusan Berlangganan	149
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		148
5.1	Kesimpulan.....	148

5.2	Saran.....	149
	DAFTAR PUSTAKA.....	151
	LAMPIRAN.....	155



DAFTAR TABEL

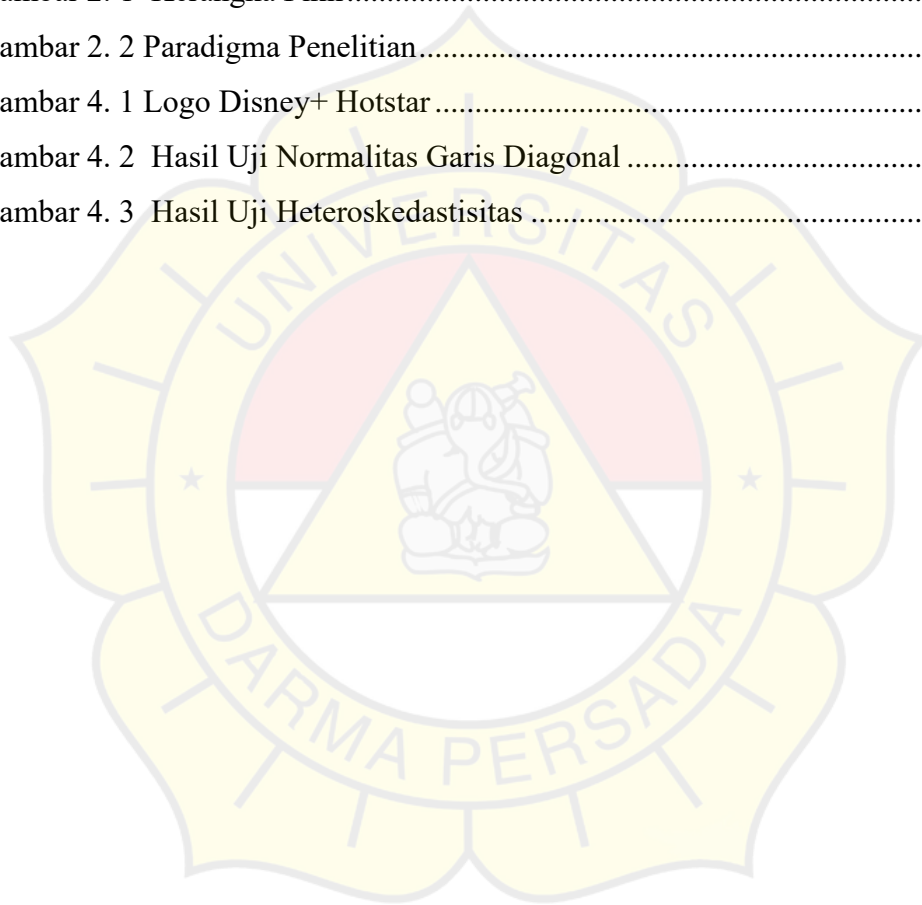
	Halaman
Tabel 1. 1 Aplikasi <i>Video On Demand</i> Favorit di Indonesia Q3-2023.....	3
Tabel 1. 2 <i>Rating</i> Layanan <i>Streaming Playstore</i> Menurut Pengguna Di Indonesia Tahun 2023	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3. 1 Oprasional Variabel	57
Tabel 3.2 Media Penyebaran Kuesioner.....	67
Tabel 3. 3 Skala <i>likert</i>	68
Tabel 3. 4 Pengambilan Keputusan Dari Uji Autokorelasi	73
Tabel 3. 5 Rentang skala	75
Tabel 3. 6 Interpretasi Koefisien Korelasi	77
Tabel 3. 7 Tingkat Koefisien Determinasi	78
Tabel 4.1 Data yang Diperoleh.....	83
Tabel 4.2 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	84
Tabel 4.3 Berdasarkan Usia Responden.....	84
Tabel 4.4 Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden.....	85
Tabel 4. 5 Berdasarkan Status Pekerjaan Responden.....	86
Tabel 4. 6 Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal.....	87
Tabel 4. 7 Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Responden	88
Tabel 4. 8 Berdasarkan Berapa Jam anda Menonton di aplikasi Disney+ Hotstar dalam per minggu.....	89
Tabel 4. 9 Berdasarkan Genre film apa yang anda nonton di aplikasi Disney+ Hotstar	90
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-service quality</i> Pernyataan 1	91
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-service quality</i> Pernyataan 2	92
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-service quality</i> Pernyataan 3	93
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-service quality</i> Pernyataan 4	94
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-service quality</i> Pernyataan 5	95
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-service quality</i> Pernyataan 6	96
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-service quality</i> Pernyataan 7	97

Tabel 4. 17	Tanggapan Responden Terhadap <i>E-service quality</i> Pernyataan 8 98
Tabel 4. 18	Tanggapan Responden Terhadap <i>E-service quality</i> Pernyataan 9 99
Tabel 4. 19	Tanggapan Responden Terhadap <i>E-service quality</i> Pernyataan 10	. 100
Tabel 4. 20	Tanggapan Responden Terhadap <i>User experience</i> Pernyataan 1 101
Tabel 4. 21	Tanggapan Responden Terhadap <i>User experience</i> Pernyataan 2 102
Tabel 4. 22	Tanggapan Responden Terhadap <i>User experience</i> Pernyataan 3 103
Tabel 4. 23	Tanggapan Responden Terhadap <i>User experience</i> Pernyataan 4 104
Tabel 4. 24	Tanggapan Responden Terhadap <i>User experience</i> Pernyataan 5 105
Tabel 4. 25	Tanggapan Responden Terhadap <i>User experience</i> Pernyataan 6 106
Tabel 4. 26	Tanggapan Responden Terhadap <i>User experience</i> Pernyataan 7 107
Tabel 4. 27	Tanggapan Responden Terhadap <i>User experience</i> Pernyataan 8 108
Tabel 4. 28	Tanggapan Responden Terhadap <i>User experience</i> Pernyataan 9 109
Tabel 4. 29	Tanggapan Responden Terhadap <i>User experience</i> Pertanyaan 10	...110
Tabel 4. 30	Tanggapan Responden Terhadap <i>User experience</i> Pertanyaan 11	...111
Tabel 4. 31	Tanggapan Responden Terhadap <i>User experience</i> Pernyataan 12	...112
Tabel 4. 32	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berlangganan Pernyataan 1113
Tabel 4. 33	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berlangganan Pernyataan 2114
Tabel 4. 34	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berlangganan Pernyataan 3115
Tabel 4. 35	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berlangganan Pernyataan 4116
Tabel 4. 36	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berlangganan Pernyataan 5117
Tabel 4. 37	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berlangganan Pernyataan 6118
Tabel 4. 38	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berlangganan Pernyataan 7119
Tabel 4. 39	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berlangganan 120

Tabel 4. 40 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berlangganan Pernyataan 9.....	121
Tabel 4. 41 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berlangganan Pernyataan 10.....	122
Tabel 4. 42 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berlangganan Pernyataan 11.....	123
Tabel 4. 43 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berlangganan Pernyataan 12.....	124
Tabel 4. 44 Hasil Analisis Deskriptif Indikator Setiap Dimensi	125
Tabel 4. 45 Hasil Analisis Deskriptif Per Variabel.....	129
Tabel 4. 46 Hasil Uji Validitas	130
Tabel 4. 47 Hasil Uji Reliabilitas	132
Tabel 4. 48 Hasil Uji Normalitas <i>Kolomogorov-Smirnov Test</i>	134
Tabel 4. 49 Hasil Uji Multikolinieritas	135
Tabel 4. 50 Hasil Uji Autokorelasi.....	137
Tabel 4. 51 Hasil Uji Korelasi dan Korelasi Berganda Koefisien Determinasi (R ²)	138
Tabel 4. 52 Hasil Korelasi Koefisien Determinasi (R ²) Sederhana <i>E-service quality</i> (X1) Terhadap Keputusan Berlangganan (Y)	139
Tabel 4. 53 Hasil Korelasi Koefisien Determinasi (R ²) Sederhana <i>User experience</i> (X2) Terhadap Keputusan Berlangganan (Y).....	140
Tabel 4. 54 Hasil Uji F	141
Tabel 4. 55 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda <i>E-service Quality</i> (X1) dan <i>User Experience</i> (X2) Terhadap Keputusan Berlangganan (Y).....	142
Tabel 4. 56 Hasil Uji T Parsial <i>E-service Quality</i> (X1) dan <i>User Experience</i> (X2) Terhadap Keputusan Berlangganan (Y).....	143
Tabel 4. 57 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana <i>E-service quality</i> Terhadap Keputusan Berlangganan	145
Tabel 4. 58 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana <i>User Experience</i> Terhadap Keputusan Berlangganan	146

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia 2019-2023	1
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Disney+ Hotstar Global Tahun 2020 –2022	4
Gambar 1. 3 Jumlah ulasan terhadap <i>e-service quality</i> dan <i>user experience</i> pada aplikasi Disney+ Hotstar	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	52
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian.....	54
Gambar 4. 1 Logo Disney+ Hotstar	81
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Garis Diagonal	133
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	136



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Bukti ulasan <i>playstore</i> terhadap <i>e-service quality</i> dan <i>user experience</i> pada aplikasi Disney+ Hotstar	156
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	161
Lampiran 3 Profil Responden	168
Lampiran 4 Hasil Tabulasi Data (X_1).....	172
Lampiran 5 Hasil Tabulasi Data (X_2).....	175
Lampiran 6 Hasil Tabulasi Data (Y)	178
Lampiran 7 Hasil <i>Output</i> Uji Validitas.....	181
Lampiran 8 Hasil <i>Output</i> Uji Reliabilitas	187
Lampiran 9 Hasil <i>Output</i> Uji Asumsi Klasik	188
Lampiran 10 Hasil Uji Korelasi dan Regresi	190
Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis.....	193
Lampiran 12 Tabel R.....	194
Lampiran 13 Tabel Durbin-Watson.....	195
Lampiran 14 Tabel F	196
Lampiran 15 Tabel T.....	197
Lampiran 16 Bukti Penyebaran Secara <i>Online</i> Kuesioner.....	198