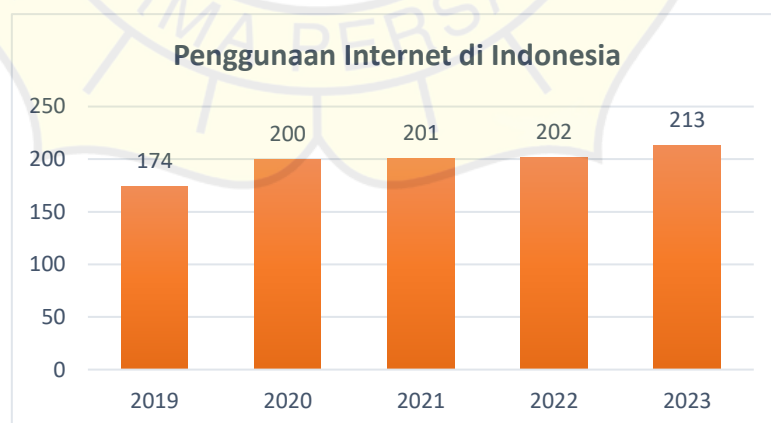


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan di era *modern* ini terus mendorong pertumbuhan teknologi untuk semakin maju, salah satu teknologi yang setiap saat digunakan pada belahan dunia adalah internet. Dengan adanya Internet, manusia dapat berkomunikasi secara tidak langsung dan juga untuk mencari informasi. Sejak munculnya internet, cara manusia berkomunikasi telah berubah. Sekarang, mereka dapat terus berkomunikasi melalui jejaring *online* tanpa mengenal jarak, tempat, atau waktu. Serta dengan adanya pertumbuhan teknologi yang begitu cepat dan pesat membuat pemerintah indonesia juga berusaha memenuhi dan memperluas jangkauan internet menggunakan satelit.



Sumber: *wearesocial.com*

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia 2019-2023

Didasarkan pada gambar 1.1 *we are sosial* menunjukkan bahwasanya di tahun 2023 banyaknya pengguna internet Indonesia mencapai 212,9 juta, peningkatan dari 202 juta pada tahun 2022. Ini menunjukkan peningkatan 10 juta pengguna atau 5%, dari tahun 2022. Dengan populasi Indonesia pada tahun 2023 mencapai 276,4 juta orang, naik 1,8 juta dari total populasi tahun 2022. Dengan kata lain, 77% (212,9 juta orang) di Indonesia saat ini terhubung ke internet. Menurut datareportal 2023, Jika dibedakan berdasarkan jenis media, pengguna internet di Indonesia paling banyak menghabiskan waktunya media sosial 3 jam, 18 menit pada peringkat pertama dan menonton televisi *broadcast* atau *streaming* selama 2 jam ,53 menit pada peringkat kedua.

Industri digital semakin diuntungkan dengan meningkatnya penggunaan internet di Indonesia, Dalam kurun waktu beberapa tahun ke depan eksistensi aplikasi *video streaming* ini kian populer di kalangan masyarakat. Banyak dari mereka yang menggunakan layanan *video on demand* yakni penyedia film *online* secara resmi. Menurut Sulivyo (2022) *video on demand* merupakan layanan dimana sistem dijalankan secara interaktif dengan mewujudkan fasilitas untuk mengendalikan dan memilih sendiri tayangan program video atau film yang ingin ditonton. Ketika pergi ke bioskop yang mana pelanggan memilih film yang akan ditonton tetapi dengan jadwal dan waktu yang sudah ditentukan. Berbeda dengan bioskop, pada *video on demand* pengguna dapat melakukan unduh film pilihan atau menyimpan film serta series favorit ke media komputer, laptop atau

smartphone sehingga dengan mudah untuk menonton ulang kembali konten audio dan visual yang disediakan. Dengan kebebasan memilih konten yang akan ditonton sejalan dengan konsep industri komunikasi yang memberikan pengendalian penuh kepada penggunanya.

Salah satu layanan *video on demand* yang populer di Indonesia yaitu Disney+ Hotstar. Pendapat Kompas.com Disney+ Hotstar merupakan pelayanan *streaming* film dan serial milik perusahaan Walt Disney. Indonesia sendiri menjadi negara pertama yang disambangi Disney+ Hotstar, dengan beragam katalog konten yang dibuat oleh studio-studio yang berada di bawah naungan Disney, seperti *Pixar*, *Marvel*, *20th Century Fox*, hingga *National Geographic*. Hingga kini Disney+ Hotstar mengklaim telah memiliki lebih dari 500 film dan 7.000 *serial episode*, termasuk *The Mandalorian*, sebuah *serial live-action Star Wars* pertama.

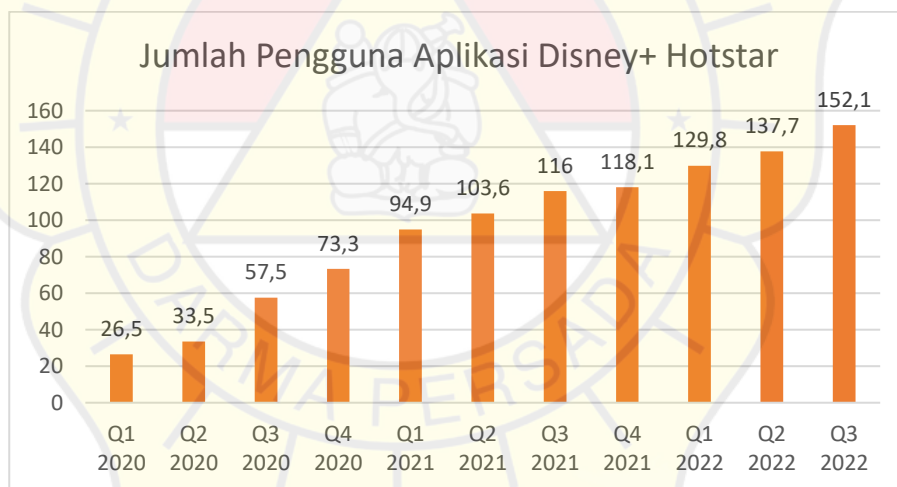
Tabel 1. 1

Aplikasi *Video On Demand* Favorit di Indonesia Q3-2023

No.	<i>Streaming Charts</i>	Q3-2023
1.	Netflix	24%
2.	Disney+ Hotstar	20%
3.	Iflix	16%
4.	Viu	13%
5.	Video	10%
6.	Prime Video	9%
7.	HBO Go	5%
8.	We TV	3%
9.	IQIYI	3%
10.	Goplay	3%
11.	Mola	3%

Sumber: Selular.id

Didasarkan tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa pangsa pasar *video streaming* favorit masyarakat Indonesia pada tahun 2023 yang paling populer aplikasi Netflix menjadi posisi pertama sebesar 24%, lalu diposisi kedua aplikasi Disney+ Hotstar sebesar 20%, di posisi ketiga aplikasi Iflix yaitu sebesar 16%, diposisi ke empat aplikasi Viu sebesar 13%. diposisi ke lima aplikasi Video sebesar 10%. Dan diposisi ke enam aplikasi Prime Video sebesar 9% Selanjutnya beragam aplikasi *video streaming* yang termasuk dalam gambar 1.2 diatas seperti aplikasi HBO GO, We TV, iQiyi, GoPlay, dan Mola menempati peringkat terbawah.



Sumber: databoks.katadata.co.id

Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Disney+ Hotstar Global Tahun 2020 – 2022

Melalui gambar 1.2 diatas menunjukkan bahwa Disney+ Hotstar mengalami kenaikan setiap kuartal Q1 2020 sebesar 26,5 juta pengguna sampai Q3 2022 sebesar 152,1 juta pengguna. Kini jumlah pengguna Disney+ Hotstar mencapai 152,1 juta pengguna, jumlah ini bertambah 14,4

juta pengguna dibandingkan dengan kuartal Q2 2022 yang mencapai 137,7 juta pengguna. Penambahan jumlah pengguna Disney+ Hotstar pada kuartal 3 tahun ini lebih dari ekspektasi perusahaan sebelumnya, yakni diperkirakan hanya akan bertambah 10 juta pengguna saja tetapi, pada kenyataannya Disney+ Hotstar mengalami penambahan pengguna lebih besar yaitu sebesar 15 juta pada Q2 2022 ke Q3 2022. Jika dibandingkan dengan kuartal tahun sebelumnya yaitu, Q3 2021 yang sebanyak 116 juta pengguna. Dengan jumlah pengguna Disney+ Hotstar pada 3 tahun ini mengalami pertumbuhan sebesar 31%.

Dalam keputusan pembelian atau berlangganan yang dibuat secara *online* adalah proses alternatif yang dapat menggunakan informasi untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku lain dan memilih salah satunya berdasarkan faktor-faktor seperti kualitas situs web, pedagang atau layanan, kepribadian, dan sebagainya. Keputusan ini sangat penting untuk dipertimbangkan oleh perusahaan saat membuat strategi pemasaran. Serta *e-service quality* dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena memudahkan dalam mencari informasi, ketepatan dan kecepatan dalam melakukan pembelian dengan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. (Wulansari dan Fadilla, 2021)

Pendapat Zeithaml dalam Sugiantari *et al.*, (2023) *e-service quality* merupakan suatu proses konsumen dalam mengevaluasi kualitas layanan secara elektronik yang diberikan sudah sesuai dan memenuhi harapan konsumen atau tidak, hal tersebut termasuk dianggap penting karena dapat

mempengaruhi suatu keberhasilan perusahaan yang berbasis teknologi internet. Tjiptono dalam Ramadan *et al.*, (2021) menjelaskan bahwa *e-service quality* merupakan menilai kemampuan sebuah situs dalam memfasilitasi, efektif dan efisien dalam pembelian suatu produk. Seperti yang dijelaskan dalam definisi tersebut layanan tidak hanya mencakup saat penggunaan *website* saja melainkan dari sebelum dan pada saat penggunaan. Pelayanan elektronik yang diberikan saat penggunaan memberikan kemudahan oleh pelanggan untuk menggunakannya, pelanggan yang merasa mudah dan nyaman saat digunakan tanpa hambatan.

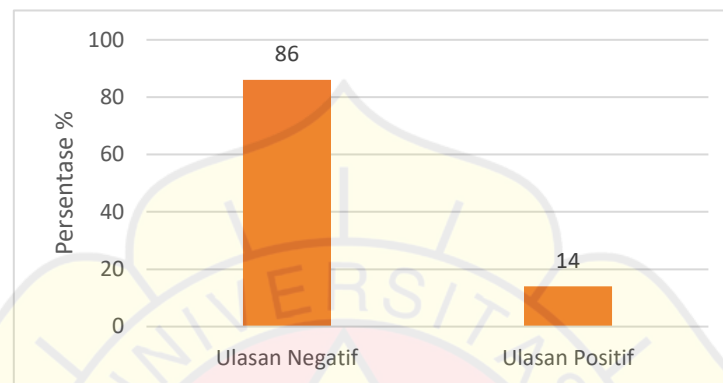
Tabel 1. 2
Rating Layanan Streaming Playstore Menurut Pengguna Di Indonesia Tahun 2023

Aplikasi <i>Video Streaming</i>	Rating
IQIYI	4,5
Iflix	3,9
We TV	3,8
Netflix	3,7
Video	3,4
Disney+ Hotstar	1,7

Sumber: Playstore

Didasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa aplikasi Disney+ Hotstar memperoleh rating 1,7. Dengan rating ini, mencerminkan ulasan pengguna pada *playstore* yang menunjukkan bahwa rating pada aplikasi Disney+ Hotstar sangat rendah jika dibandingkan dengan kompetitor lain, seperti IQIYI yang meraih rating tertinggi pada layanan *streaming* di indonesia sebesar 4,5. Oleh karena itu, Konsumen kerap kali mencari

mengenai informasi produk atau jasa yang akan mereka dibeli terlebih dahulu melalui internet seperti *website* dan media sosial sebelum melakukan pembelian. Dengan ulasan konsumen secara daring atau pengalaman dalam membeli produk atau jasa dapat mempengaruhi keputusan pembelian.



Sumber: Diolah oleh penulis, 2023

Gambar 1.3 Jumlah ulasan terhadap *e-service quality* dan *user experience* pada aplikasi Disney+ Hotstar

Berdasarkan pada gambar 1.3 menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *user experience* aplikasi Disney+ Hotstar pada *google playstore* terdapat ulasan negatif dan positif. Dari 50 ulasan mengenai *e-service quality* dan *user experience* aplikasi Disney+ Hotstar ditemukannya 44 memberikan ulasan negatif dan 7 memberikan ulasan positif, dengan masing-masing persentase 86% dan 14%.

Adapun diantara 86% ulasan negatif tersebut, melalui salah satu situs web yang merupakan *platform* ulasan terbuka untuk publik, *truspilot.com* sebanyak 211 pemberi ulasan, memberikan 73% nilai bintang satu dan memberikan 11% nilai bintang dua dengan total keseluruhan ulasan sebesar 1.4 yang menggambarkan nilai buruk terhadap Disney+ Hotstar. Dan

beberapa pengguna mengeluhkan kualitas layanan aplikasi Disney+ Hotstar sangat buruk karena *customer service* lambat dalam merespon permasalahan yang dihadapi oleh pengguna serta *customer service* tidak memberikan solusi yang tepat terhadap para pengguna sehingga memberikan *experience* yang buruk untuk para konsumen yang ingin berlangganan Disney+ Hotstar.

Serta ulasan negatif mengenai *user experience*, penulis menemukan pada ulasan *google playstore* Disney+ Hotstar seperti pengguna ketika mengalami *bug* ketika *log in*, menonton muncul hanya warna hitam, ketika *mode offline* video unduhan berjalan patah-patah serta resolusi video yang sangat buruk, dan *error* setiap ingin memutar video. Dengan adanya ulasan negatif mengenai *e-service quality* dan *user experience* Disney+ Hotstar yang terjadi terus menerus, dikhawatirkan akan membawa dampak bagi keputusan berlangganan. Oleh karena itu, Disney+ Hotstar harus memperbaiki dengan pengalaman yang baik dapat membantu pembentukan suatu sikap positif yang dapat meningkatkan efikasi diri dari pengguna tersebut dan memberikan pengaruh terhadap niatan di masa yang akan datang akan suatu pembelian (Feriano *et al.*, 2023). Disney+ hotstar meningkatkan *user experience* dengan memberikan fitur-fitur yang menarik, dengan dapat membuat 7 profil berbeda, *interface* dengan tampilan yang menarik dan minimalis yang bertujuan untuk membuat aplikasi yang mudah digunakan atau di pahami untuk penggunaannya sehingga dapat mempunyai pengalaman yang baik ketika menggunakannya (Feriano *et al.*, 2023)

Penelitian *e-service quality* terhadap keputusan berlangganan landasi oleh adanya perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Yossi Herdiyani, 2023) mengatakan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. sedangkan menurut (Fitra Ramadan, 2021) mengatakan bahwa *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian *user experience* terhadap keputusan berlangganan landasi oleh adanya perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Cakti Bintan, 2022) mengatakan bahwa *user experience* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut (Yusnia, 2020) bahwa *user experience* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Melalui fenomena pada latar belakang diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan hal yang sama, penelitian ini menggunakan objek Disney+ hotstar dikarenakan penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut hubungan *e-service quality* dan *user experience* yang akan berdampak terhadap keputusan berlangganan. Serta penulis memilih lokasi penelitian di DKI Jakarta karena menurut badan pusat statistik provinsi DKI Jakarta, DKI Jakarta menepati peringkat ke tiga sebesar 96,72% dalam persentase penduduk menggunakan internet melalui media ponsel tahun 2022. Dengan dasar latar belakang diatas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *E-service quality* Dan *User experience* Terhadap Keputusan Berlangganan Layanan *Streaming Video On***

Demand Aplikasi Disney+ Hotstar (Studi Kasus Pada Pengguna Disney+ Hotstar di Wilayah di DKI Jakarta)

1.2 Identifikasi, Pembahasan, dan Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan diatas, maka di identifikasikan permasalahan sebagai berikut:

- 1) Disney+ Hotstar menjadi peringkat kedua sebagai aplikasi *video on demand* favorit di indonesia Q3-2023.
- 2) Disney + Hotstar setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah pengguna dalam menggunakan layanan *streaming video on demand*.
- 3) Disney+ Hotstar menjadi layanan *streaming video on demand* yang paling rendah yaitu 1,7 pada playstore dibandingkan dengan layanan *video on demand* lainnya.
- 4) Terdapat ulasan negatif sebesar 86% dengan keluhan - keluhan yang disampaikan pengguna melalui playstore serta truspilot.com terkait layanan *video on demand* Disney+ Hotstar.
- 5) Penelitian *e-service quality* terhadap keputusan berlangganan landasi oleh adanya perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Yossi Herdiyani, 2023) mengatakan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. sedangkan menurut (Fitra Ramadan, 2021) mengatakan bahwa *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian. Penelitian *user experience* terhadap keputusan berlangganan landasi oleh adanya perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Cakti Bintan, 2022) mengatakan bahwa *user experience* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut (Yusnia, 2020) bahwa *user experience* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

2. Pembahasan Masalah

Dalam membahas batasan masalah dalam penelitian ini yaitu adapun variabel dalam penelitian ini adalah *e-service quality*, *user experience* dan keputusan berlangganan. Adapun lokasi di DKI Jakarta sebagai tempat penelitian, dengan karakteristik responden dipilih jika memenuhi kriteria wilayah, dan pengguna yang berlangganan Disney+ Hotstar minimal berlangganan dalam 3 bulan terakhir dan berusia minimal 17 tahun.

3. Rumusan Masalah

Dengan dasar latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *e-service quality* dan *user experience* berpengaruh terhadap keputusan berlangganan pada layanan *video on demand* Disney+ Hotstar di wilayah DKI Jakarta?
2. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap keputusan berlangganan pada layanan *video on demand* Disney+ Hotstar di wilayah DKI Jakarta?

3. Apakah *user experience* berpengaruh terhadap keputusan berlangganan pada layanan *video on demand* Disney+ Hotstar di wilayah DKI Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan dasar rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin diketahui oleh penulisan ini sebagai berikut:

1. Agar mengetahui adanya pengaruh *e-service quality* dan *user experience* terhadap keputusan berlangganan pada layanan *video on demand* Disney+ Hotstar di wilayah DKI Jakarta.
2. Agar mengetahui adanya pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan berlangganan pada layanan *video on demand* Disney+ Hotstar di wilayah DKI Jakarta.
3. Agar mengetahui adanya pengaruh *user experience* terhadap keputusan berlangganan pada layanan *video on demand* Disney+ Hotstar di wilayah DKI Jakarta.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini dapat diharapkan memiliki kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Dengan adanya penelitian ini bisa diharapkannya untuk memberikan sumber informasi ilmiah dan manfaat untuk penelitian lanjutan tentang *e-service quality*, *user experience*, dan keputusan berlangganan.

2. Aspek Praktis

Hasil pada penelitian ini dapat diharapkan untuk memberikan pemahaman, sumbangan pikiran, dan bahan masukan terkait *e-service quality*, *user experience*, dan keputusan berlangganan dengan yang akan dilakukan dimasa akan datang serta untuk perusahaan.

