



BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini, peneliti akan membahas pendahuluan mengenai penelitian yang akan dilakukan. Pada bagian pendahuluan ini akan terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Latar belakang masalah berisi mengenai peristiwa atau fenomena yang terjadi yang menjadi daya tarik peneliti untuk menelitinya.

Identifikasi masalah dibuat berdasarkan atas latar belakang masalah yang telah dijabarkan. Batasan masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, dan tujuan penelitian untuk mengarahkan peneliti, agar peneliti lebih terarahkan dan agar dapat lebih terfokus dalam penelitian ini. Pada bagian manfaat penelitian berisi manfaat yang dapat diberikan oleh peneliti kepada berbagai pihak melalui hasil penelitian ini.

A. Latar Belakang Masalah

Virus COVID-19 merupakan virus yang pertama kali ditemukan di Wuhan, China pada Desember 2019 lalu dan sudah mewabah hampir ke seluruh negara, termasuk Indonesia. Penularan virus ini terus meningkat, sehingga Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) resmi mengumumkan virus COVID-19 sebagai pandemi global pada bulan Maret 2020 (Wedhaswary, 2020). Pemerintah meminta masyarakat untuk membatasi kegiatan di luar dengan membuat kebijakan belajar, kerja, ibadah, dan kegiatan-kegiatan lainnya di rumah dan melakukan pembatasan sosial atau yang biasa dikenal dengan istilah *social distancing* untuk mencegah penularan virus COVID-19. Dalam mengupayakan menekan angka penyebaran virus COVID-19, pemerintah Indonesia



menetapkan peraturan mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar, (PSBB) pada beberapa wilayah di Indonesia yang diduga terjangkit virus COVID-19 atas persetujuan pemerintah pusat (Gitiyarko, 2020).

Kehadiran pandemi COVID-19 ini membuat masyarakat untuk menjalankan kebiasaan dan gaya hidup baru yang jarang bahkan belum pernah dilakukan sebelumnya di rumah. Banyak waktu yang sebelumnya dihabiskan untuk bekerja atau berkegiatan di luar rumah, dihabiskan hanya di dalam rumah saja. Direktur Spesialis Produk, Nielsen Media Indonesia, Cerli Wirsal dalam Siregar (2020), mengatakan bahwa selama pandemi COVID-19, media adalah sumber utama hiburan keluarga di rumah dan frekuensi harian menonton serial atau film secara daring meningkat. Melalui survei yang dilakukan McKinsey pada tanggal 28-29 Maret 2020 dalam Ammurabi (2020) menyatakan bahwa alokasi waktu masyarakat Indonesia selama pandemi COVID-19 digunakan dalam beberapa kegiatan daring, yaitu:

Tabel 1.1
Alokasi Waktu Masyarakat Indonesia selama Pandemi COVID-19

No.	Kegiatan	Pertumbuhan
1.	Membaca media daring	56%
2.	Media sosial	56%
3.	Konten video (Youtube, dsb)	53%
4.	Mengirim pesan	53%
5.	Berita siaran langsung	50%
6.	Film atau pertunjukan	41%
7.	Menonton televisi	40%
8.	Bermain video gim	35%
9.	Membaca sebagai hobi	10%
10.	Bekerja	7%
11.	Membaca berita cetak	-10%

Sumber: Alinea.id (Ammurabi, 2020)

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa tren hiburan dalam ruangan mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi, termasuk konten video secara daring, seperti Youtube

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dan sebagainya sebesar 53 persen dan juga film atau pertunjukan sebesar 41%. Selama pandemi COVID-19, masyarakat lebih mengurangi berkegiatan dan pengeluaran mereka untuk kegiatan di luar rumah, sehingga mereka lebih mengalokasikan pengeluarannya untuk layanan *streaming* video berlangganan atau biasa dikenal dengan *Video on Demand*, sebagai salah satu hiburan di rumah. Pengertian *Streaming* menurut Fachruddin (2017) adalah proses pengiriman data secara terus menerus yang disiarkan melalui internet dan ditampilkan oleh aplikasi *streaming* pada komputer pribadi. *Video on Demand* memungkinkan pengguna untuk memilih dan menonton konten video sesuai permintaan pada perangkat televisi atau situs web, melalui jaringan, yang bisa dilakukan baik *streaming* atau mengunduh konten (Schaeffler, 2009).

Data dari McKinsey (2020) juga mengatakan bahwa masyarakat Indonesia yang melakukan *streaming* secara daring mengalami kenaikan sebesar 49 persen. Dapat terlihat bahwa hal ini bisa membuat perkembangan industri hiburan dalam jaringan daring semakin meningkat. Meningkatnya kegiatan masyarakat dalam *streaming* secara daring membuat *Video on Demand* atau video sesuai permintaan dicari oleh masyarakat Indonesia.

Direktur Eksekutif Institut Information and Communication Technology (ICT), Heru Sutadi mengatakan bahwa jumlah pengguna layanan *streaming Video on Demand* di Indonesia pada saat awal pandemi bulan Maret 2020, mengalami kenaikan hingga 20 persen, dan saat ini (Oktober 2020) sudah lebih dari 50 persen dan terus makin meluas seiring dengan tumbuhnya pengguna internet (Hadyan, 2020). Menurut data dari Statista (2020) juga menyebutkan bahwa tingkat penggunaan layanan *Video on Demand* di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Munculnya tren *Video on Demand* mulai menggantikan DVD atau Bluray dan TV konvensional (Gasella, 2020). Program televisi konvensional lebih terikat pada jadwal siaran dengan durasi yang sudah terjadwal, konten dan tayangan yang disajikan terbatas, iklan terlalu lama serta banyak, dan hanya bisa ditonton ketika di rumah saja (Eduard, 2019). Televisi ataupun televisi kabel dengan pilihan acara yang tidak sedikit tidak lagi cukup untuk memuaskan masyarakat akan konten-konten hiburan (Hadyan, 2020). Dengan berbagai layanan aplikasi *streaming Video on Demand*, tontonan menjadi lebih banyak, bisa memilih resolusi dari video, dan bisa dilakukan lebih flexibel dan leluasa, dimana saja dan kapan saja (Indihome, 2020).

Penutupan sementara bioskop di Indonesia karena pandemi COVID-19 juga membuat masyarakat beralih ke layanan *streaming*. Masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu untuk menonton melalui layanan *streaming Video on Demand*, karena membuat penonton tidak perlu lagi ke bioskop untuk menonton film baru, sehingga penggunaan layanan *streaming Video on Demand* pun meningkat (Asih, 2020). Dengan tingginya minat masyarakat terhadap layanan *streaming Video on Demand*, tidak sedikit juga banyak layanan *streaming* ilegal yang tidak mendapat izin dari pemerintah. Kementerian Komunikasi dan Informasi (KOMINFO) bekerja sama dengan *Video Coalition of Indonesia* (VCI) berhasil melakukan pemblokiran 2.300 situs *streaming* film ilegal, sehingga terjadi penurunan situs *streaming* ilegal sebesar 68 persen antara bulan Agustus 2019 hingga Juni 2020 (Rura, 2020). Selama pandemi COVID-19 ini, pengguna *streaming* ilegal juga menurun sebesar 55 persen dan sebanyak 16 persen diantaranya mengetahui ada pemblokiran dan sejak itu mereka berlangganan layanan *streaming* yang berbayar (Syahrianto, 2020). Tidak kalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dengan situs ilegal, di Indonesia saat ini sudah ada beberapa aplikasi layanan *streaming* legal yang terus berlomba untuk menambah opsi bagi masyarakat.

Layanan *streaming video on demand* dapat dinikmati dengan cara berlangganan dan membebaskan biaya kepada pelanggannya dengan berbagai harga yang berbeda tergantung dengan jenis paket masing-masing penyedia. Telkomsel *Digital Advertising* mengatakan bahwa konsumsi data dari platform berlangganan adalah 7,4 kali lebih tinggi dibanding platform gratis, dimana masyarakat lebih menyukai membayar suatu aplikasi berlangganan untuk menonton, dibandingkan menonton di aplikasi gratis lainnya (Winosa, 2019). Dalam survei yang dilakukan oleh Populix (2020) menyatakan bahwa ada beberapa pertimbangan utama masyarakat memilih layanan *streaming Video on Demand* yang dipilihnya, antara lain yaitu konten yang sesuai dengan kebutuhan (42%), harga yang terjangkau (30%), konten yang banyak (24%), dan tampilan layanan atau *interface* (4%).

Layanan *streaming Video on Demand* berbayar sudah mulai diminati oleh masyarakat Indonesia dan terus berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi dan internet. Semakin meningkatnya layanan *streaming video on demand* berbayar diminati oleh masyarakat, banyak perusahaan yang terjun ke industri ini berusaha berlomba agar dapat menjadi layanan *streaming* video terpopuler di Indonesia, membuat masing-masing perusahaan berusaha untuk menghadirkan diversifikasi (Eka, 2020). Indonesia sendiri sudah memiliki cukup banyak aplikasi layanan *streaming Video on Demand* berbayar dengan membeli paket langganan yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Berikut adalah beberapa nama aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat di Indonesia dengan banyaknya penggunaan, jenis paket yang ditawarkan, dan harga per bulan pada tahun 2020:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 1.2
Aplikasi Video on Demand yang Sering Digunakan di Indonesia tahun 2020

No.	Nama	Banyaknya Penggunaan	Paket Langganan	Harga per Bulan
1.	Netflix	31%	Ponsel	Rp54.000,00
			Dasar	Rp120.000,00
			Standar	Rp153.000,00
			Premium	Rp186.000,00
2.	Viu	17%	Beli 1, Dapat 2	Rp15.000,00
			Beli 2, Dapat 3	Rp20.000,00
3.	Vidio.com	15%	Premium Gold	Rp19.000,00
			Premium Platinum	Rp29.000,00
4.	iFlix	12%	Monthly Plan	Rp39.000,00
5.	MNC Now	8%	Semua konten	Rp30.000,00
6.	MAX Stream	7%	GALA 9GB	Rp69.000,00
			GALA 24GB	Rp99.000,00
			GALA 40GB	Rp149.000,00
7.	Genflix	3%	Gold	Rp49.000,00
8.	HBO Go	3%	Monthly	Rp60.000,00
9.	Disney+	2%	1 bulan	Rp39.000,00
10.	Goplay	2%	GoPlay Access	Rp89.000,00

Sumber: Populix.com, (2020) Sikatabis.com (Dito, 2020), Telkomsel.com (2021), Visionplus.id (2021)

Berdasarkan Tabel 1.2, dapat dilihat bahwa aplikasi layanan *streaming* yang paling sering digunakan adalah Netflix, yaitu sebesar 31 persen. Netflix adalah layanan *streaming* berbasis langganan yang memungkinkan pelanggan untuk menonton acara

TV dan film tanpa iklan di perangkat yang tersambung ke internet (Netflix.com, 2021).

Netflix mulai meluncurkan layanan *streaming* pada tahun 2007 dan telah berkembang secara global ke berbagai negara dan mulai masuk ke Indonesia pada tanggal 6 Januari 2016 (Panji, 2016). Netflix mengakui Indonesia memiliki pasar yang cukup besar untuk *streaming Video on Demand* dan menjamin keamanan penayangan konten (Fitri, 2020).

Awal rilis di Indonesia, Netflix Indonesia sempat diblokir oleh Telkom Group dengan alasan karena tidak memenuhi regulasi di Indonesia dan banyak memuat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



konten berbau pornografi (Detik.com, 2020). Walaupun diblokir, Netflix Indonesia juga tetap jaga eksistensinya dengan menjalin kerja sama dengan sejumlah operator lokal seperti XL Axiata, Bolt, Hutchison 3 Indonesia, dan Smartfren serta mengembangkan beberapa fitur seperti meluncurkan *interface* dan *subtitle* dalam bahasa Indonesia (Kartika & Tanjung, 2020). Penggunaan VPN banyak digunakan oleh para pengguna Telkom untuk mengakali pemblokiran Netflix tersebut (Cnnindonesia.com, 2020). Pada akhir Desember 2019, Siti Choiriana, Direktur Consumer Telkom, mengatakan bahwa sebanyak 14 persen atau sekitar 1 juta dari pelanggan indiHome pernah mencoba untuk masuk ke Netflix (Adam, 2019).

Dapat dilihat bahwa meskipun sudah diblokir, namun antusias masyarakat untuk memutuskan menggunakan Netflix Indonesia cukup tinggi. Pada akhirnya, pada awal tahun 2020, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI mulai menjalin kerjasama dengan Netflix dalam rangka menumbuhkan perfilman Indonesia (Syafina, 2020). Netflix Indonesia terus melakukan perubahan pendekatan dengan meluncurkan beberapa fitur yang sesuai untuk pasar Indonesia, sehingga akhirnya pada bulan Juli 2020, Telkom Group membuka pemblokiran Netflix Indonesia dan dapat diakses diseluruh jaringan Telkom Group (Clinton, 2020).

Seiring dengan terus berkembangnya teknologi dan disesuaikan dengan budaya masyarakat khususnya masyarakat Indonesia, maka Netflix berusaha menambah beberapa fitur dan meningkatkan kualitas layanan untuk memuaskan dan memudahkan pelanggan agar dapat *streaming* dengan lebih mudah. Netflix Indonesia memiliki fitur yang dapat mengunduh film atau serial dalam penyimpanan internal sebesar 25GB, dapat mengatur kualitas *streaming*, pencarian film lebih rapi, karena diatur berdasarkan kategori dan genre, memiliki fitur *parental control* yang bisa membantu orang tua

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

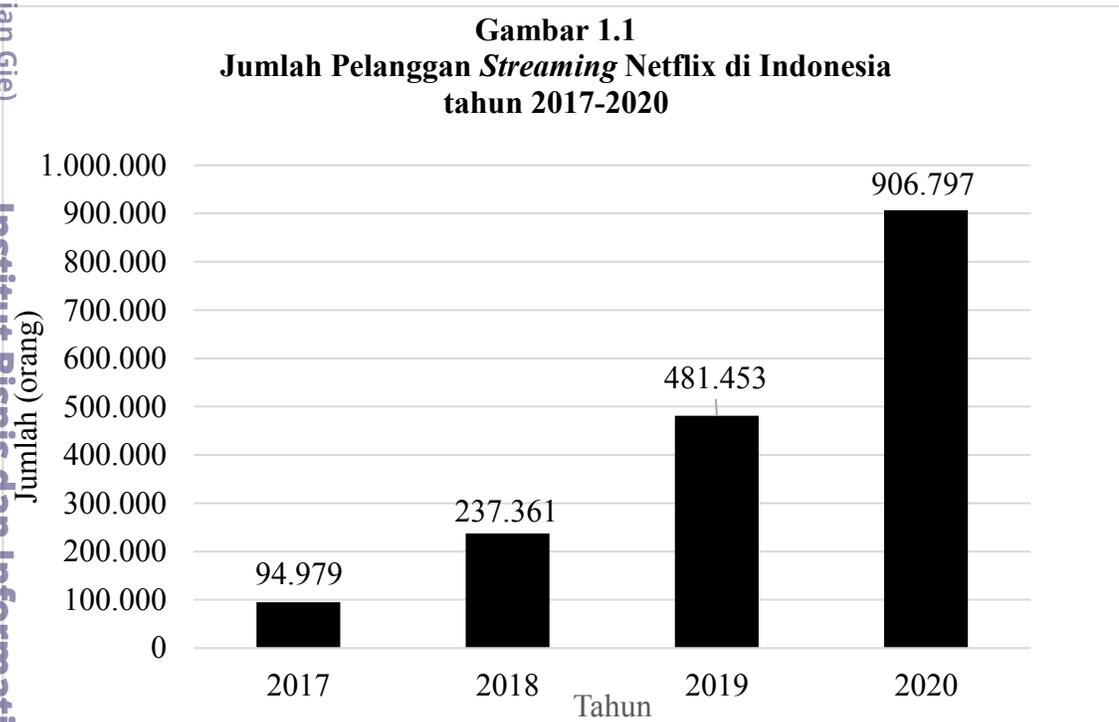


mengawasi tontonan anak, serta dapat digunakan beramai-ramai tergantung paket langganan yang dipilih (Pertiwi, 2020).

Netflix Indonesia juga sedang menguji coba beberapa fitur baru, seperti fitur *audio-only*, dimana fitur ini memutar suara saja dari video yang sedang ditonton sehingga menyerupai konten podcast (Evandio, 2020). Selain dari fitur-fitur, Netflix menghadirkan Netflix Original. Netflix Original merupakan film dan program acara yang hanya tayang di Netflix dan dibuat dengan kualitas yang bagus (Franedya, 2020).

Netflix memiliki beberapa paket yang ditawarkan dengan berbagai harga tergantung dengan paket yang akan dipilih. Menteri Komunikasi dan Informatika, Johnny Plate meminta agar layanan *video streaming* Netflix menghadirkan biaya yang lebih kompetitif bagi para pengguna di Indonesia untuk menjangkau daya beli yang lebih luas (Jemadu, 2020). Peningkatan jumlah pelanggan Netflix dari tahun 2017 hingga 2020 dapat kita lihat di grafik bawah ini:

Gambar 1.1
Jumlah Pelanggan Streaming Netflix di Indonesia
tahun 2017-2020



Sumber: databoks.katadata (Jayani, 2019)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Kompas.com, salah satu strategi promosi yang diperkenalkan Netflix Indonesia untuk meningkatkan jumlah pelanggan adalah dengan memberikan akses gratis untuk menonton serial TV dan film di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Akses ini menyediakan film dan serial di Netflix, yang dapat masyarakat tonton tanpa berlangganan (Pertiwi, 2020). Situs ini dibuat untuk mencoba meyakinkan pelanggan mengenai kualitas layanan yang dimiliki Netflix. Sebelum ini, Netflix juga pernah melakukan promosi dengan memberikan layanan uji coba gratis selama 30 hari tanpa harus berlangganan sejak awal tahun 2020. Penghapusan uji coba gratis ini karena Netflix ingin mencari promosi pemasaran lainnya untuk menarik anggota baru (Kumparan.com, 2020). Berbagai promosi lainnya dilakukan oleh Netflix, seperti misalnya melalui sosial media. Salah satunya adalah promosi yang dilakukan Netflix Indonesia adalah dengan cara promosi lewat Instagram melalui fitur rekomendasi film langsung ke Instagram Stories (Putri, 2019).

Netflix Indonesia juga berusaha untuk menjalin hubungan yang baik dan ingin menumbuhkan kepercayaan masyarakat Indonesia. Salah satu caranya adalah dengan diadakannya *workshop* pada bulan Agustus 2020, yang bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia, yang dihadiri oleh 300 insan perfilman lokal Indonesia, dalam rangka mewujudkan program pengembangan kapasitas kreatif insan perfilman Indonesia. Menurut Gavin Barclay, *Director Post Production* Netflix, pihaknya sebagai wadah atau penyalur untuk komunitas kreatif lokal, agar dapat mengemas cerita terbaik di kelasnya dan beliau sangat bersemangat dalam mengembangkan kemitraan jangka panjang dengan studio lokal Indonesia (Farisi, 2020).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian dengan obyek penelitian Netflix Indonesia sudah beberapa dilakukan oleh penelitian terdahulu, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Azalia & Magnadi (2020), Lestari et al. (2020), dan Martins & Riyanto (2020). Namun, beberapa penelitian sebelumnya telah dilakukan tersebut menggunakan variabel bebas dan terikat yang berbeda dengan penelitian ini. Peneliti tertarik untuk meneliti Netflix Indonesia menggunakan variabel-variabel yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Fenomena yang terjadi mengenai Netflix di Indonesia, peneliti tertarik untuk meneliti tiga variabel bebas, yaitu kualitas layanan, harga, dan promosi, dalam mempengaruhi keputusan pembelian pengguna Netflix Indonesia. Selain itu, penelitian tentang kualitas layanan, harga, dan promosi sebenarnya sudah banyak dilakukan oleh penelitian terdahulu, mengingat bahwa ketiga variabel tersebut adalah termasuk dari pemasaran. Namun, penelitian sebelumnya beberapa penelitian yang telah dilakukan menggunakan variabel bebas yang berbeda maupun sektor penelitian yang berbeda sehingga menghasilkan kesimpulan yang berbeda pula.

Peneliti juga bermaksud untuk menguji validitas dari teori dan hasil penelitian sebelumnya. Inkonsistensi hasil penelitian-penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian sebelumnya dapat dilihat bahwa kualitas layanan ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Ali et al., 2018; Mal & Mertayasa, 2018; Mulya Firdausy & Idawati, 2019). Selain itu, variabel harga pada hasil penelitian sebelumnya juga ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Harahap & Amanah, 2020; Mal & Mertayasa, 2018; Mustafidah, 2020). Hasil penelitian variabel promosi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pada penelitian-penelitian sebelumnya juga ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Mal & Mertayasa, 2018).

Namun pada penelitian lainnya, ketiga variabel bebas tersebut terhadap keputusan pembelian memiliki hasil yang berbeda. Kualitas layanan ditemukan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Mustafidah, 2020). Selain itu, pada hasil penelitian lainnya, harga ditemukan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Gusrita & Rahmidani, 2018; Mulya Firdausy & Idawati, 2019). Hasil penelitian variabel promosi pada penelitian-penelitian sebelumnya juga ditemukan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Gusrita & Rahmidani, 2018) Beragamnya hasil penelitian terdahulu tersebut yang menjadi salah satu ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian.

Masih banyak faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti tempat, produk, dan sebagainya. Selain itu, meskipun Netflix Indonesia merupakan layanan *streaming* yang berbayar dan banyaknya kompetitor di Indonesia yang tidak kalah bersaingnya dengan Netflix, maka peneliti ingin melihat pengaruhnya kualitas layanan, harga, dan promosi dari Netflix di Indonesia yang membuat masyarakat memutuskan menggunakan dan membeli Netflix di Indonesia.

Ditambahnya lagi ada beberapa kasus seperti pemblokiran Netflix di Indonesia oleh Telkom Group. Harga yang ditetapkan pun juga tidak jauh berbeda dengan para kompetitornya. Namun, tetap saja banyak masyarakat yang tetap menggunakan dan membeli Netflix di Indonesia. Peneliti tertarik dengan promosi yang dilakukan oleh Netflix di Indonesia dan ingin mengetahui promosi yang dilakukan sungguh berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan Netflix di Indonesia. Bahkan ada kenaikan penggunaan Netflix setiap tahunnya, terkhususnya di

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Indonesia, juga menjadi ketertarikan bagi peneliti untuk melihat dari ketiga variabel independen yang diuji, variabel mana yang memberikan pengaruh terbesar.

Akhirnya diharapkan terciptanya keputusan pembelian dari kualitas layanan, harga, dan promosi tersebut, karena dengan keputusan pembelian yang tinggi untuk membeli produk dapat menjadi salah satu kunci dalam meningkatkan penjualan dalam suatu perusahaan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan ilustrasi latar belakang di atas, maka beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia?
2. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia?
3. Apakah promosi mempengaruhi keputusan pembelian pengguna di Netflix Indonesia?
4. Faktor apa yang menyebabkan peningkatan jumlah pelanggan *streaming* Netflix di Indonesia?

C. Batasan Masalah

Untuk lebih mengarahkan penelitian ini, peneliti membatasi permasalahan yang akan dibahas pada:

1. Apakah kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia?



2. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia?
3. Apakah promosi mempengaruhi keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia?

D. Batasan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan peneliti memiliki batasan-batasan sebagai berikut:

1. Berdasarkan aspek obyek penelitian, maka objek penelitian yang akan digunakan adalah Netflix di Indonesia.
2. Subyek yang akan diteliti adalah konsumen yang pernah menggunakan dan membeli paket langganan Netflix di Indonesia.
3. Wilayah yang dijadikan objek penelitian adalah Indonesia.
4. Berdasarkan aspek unit analisis, variabel yang akan diteliti adalah kualitas layanan, harga, promosi, dan keputusan pembelian.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi, dan batasan masalah yang telah diuraikan di atas, peneliti merumuskan masalah yang dihadapi adalah: “Apakah kualitas layanan, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia?”

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia.

G. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan atas penelitian ini, antara lain:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terutama kualitas layanan, harga, promosi, keputusan pembelian atau Netflix di Indonesia.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan atau wawasan mengenai pemasaran, khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan, harga, promosi terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan di masa yang akan datang, seperti:

- a. Memberikan informasi mengenai “Pengaruh kualitas layanan, harga, promosi terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Netflix di Indonesia”.
- b. Memberikan rekomendasi yang bersifat saran untuk meningkatkan kualitas layanan, harga, promosi pengguna Netflix agar mereka dapat melakukan keputusan pembelian yang tepat.

4. Bagi pihak lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang pengaruh kualitas layanan, harga, promosi terhadap keputusan pembelian dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan atau informasi yang mungkin bermanfaat bagi pihak lain.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian