



## BAB I

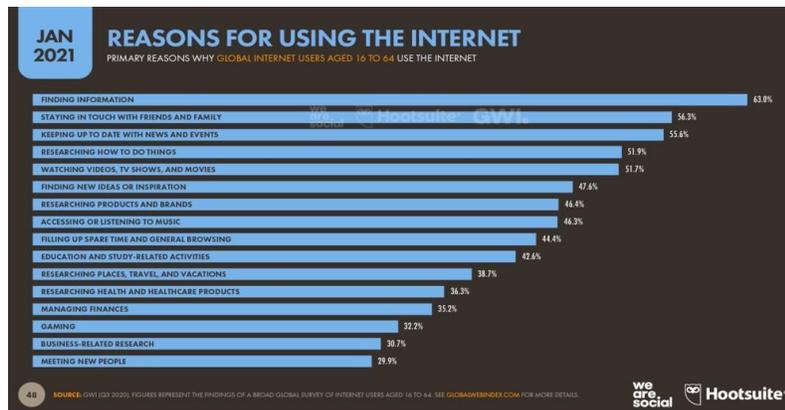
### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini telah memasuki era digitalisasi 4.0 yang menjadikan internet berperan dalam mendukung serta memudahkan manusia dalam kegiatannya sehari – hari melalui berbagai macam teknologi yang ada. Interconnection networking atau yang disebut dengan internet merupakan suatu jaringan yang berfungsi dalam menghubungkan antara satu media elektronik dengan media elektronik yang lain dengan cepat dan tepat. Jaringan komunikasi tersebut, akan menyampaikan beberapa informasi yang dikirim melalui transmisi sinyal dengan frekuensi yang telah disesuaikan. Internet sudah melalui beberapa perkembangan sampai saat ini. Mulai dari kalangan muda hingga kalangan dewasa, mayoritas menggunakan internet sebagai media bantu dalam mengerjakan dan menghubungkan berbagai aktifitas aktivitas manusia secara efektif, akurat dan efisien.

Gambar 1.1

#### Alasan Penggunaan Internet



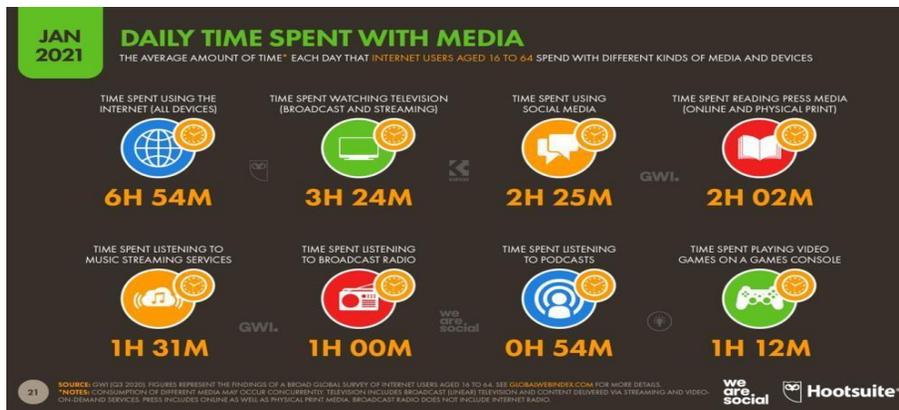
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Sumber: data portal.com (2021)

Berdasarkan data dari datareportal.com (Jan 2021), alasan penggunaan internet di dunia dengan usia 16-64 tahun menunjukkan sejumlah 63.0% urutan pertama adalah untuk mencari informasi, 56.3% untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman, 55.6% agar dapat mendapatkan berita, 51.9% untuk mencari bagaimana melakukan sesuatu, 51.7% untuk menonton video, acara TV dan film, 47.6% untuk mencari ide baru dan inspirasi, 46.4% untuk mencari produk dan merek. 46.3% untuk mendengarkan music, 44.4% untuk mengisi waktu luang, 42.6% untuk pelatihan dan pembelajaran, 38.7% untuk mencari tempat berlibur, 36.3% untuk mencari bidang kesehatan, 25.2 % untuk mengatur keuangan, 32.2% untuk bermain game, 30.7% untuk mencari relasi bisnis dan 29.9% untuk bertemu dengan kenalan baru. Terlihat dari survei tersebut bahwa adanya internet dapat memudahkan dan membantu masyarakat luas dalam berbagai bidang.

Gambar 1.2

### Waktu Dalam Menggunakan Internet



Sumber: dataportal.com (2021)

Internet memiliki beberapa manfaat pada setiap bidangnya, seperti bidang bisnis, bidang pendidikan, bidang informasi, bidang kesehatan dan bidang social hiburan.



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.



Beragam manfaat dari setiap bidang membuat masyarakat menggunakan internet dalam memenuhi aktivitas dan kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan data survei pada datareportal.com pada bulan Januari 2021 yang mengangkat tema rata-rata penggunaan internet pada usia 16 – 64 tahun, urutan pertama adalah penggunaan internet (pada semua devices) sebanyak 6 jam 54 menit. Pada urutan kedua yaitu menyaksikan film dalam bentuk *broadcast* dan *streaming* dengan rata – rata penggunaan 3 jam 24 menit. Pada urutan ketiga yaitu menggunakan *social media* dengan rata - rata penggunaan 2 jam 25 menit. Pada urutan keempat yaitu *membaca press media* dalam bentuk online dan physical print dalam bentuk *broadcast* dan *streaming* dengan rata – rata penggunaan 2 jam 2 menit. Pada urutan kelima yaitu mendengarkan music dalam layanan *streaming* dengan rata – rata penggunaan 1 jam 31 menit. Pada urutan keenam yaitu bermain *video game* dengan rata – rata penggunaan 1 jam 12 menit. Pada urutan ketujuh yaitu mendengarkan *broadcast* radio dengan rata - rata penggunaan 1 jam. Pada urutan terakhir yaitu mendengarkan *podcast* dengan rata – rata penggunaan 54 menit.

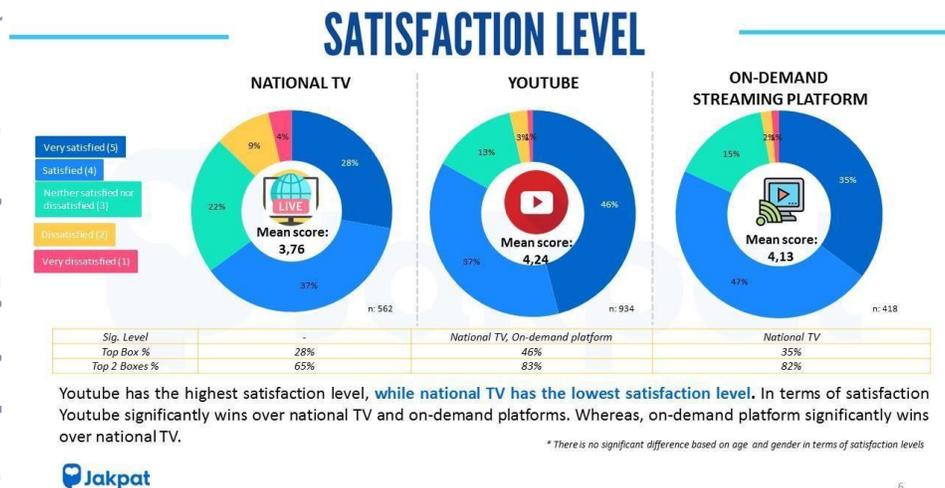
Netflix memiliki lebih dari 220 juta pelanggan di seluruh dunia, mengungguli HBO Max dengan 74 juta pelanggan dan Disney Plus dengan 87,6 juta pelanggan. Penurunan pelanggan Netflix diduga karena meredanya pandemi Corona.

Salah satu manfaat internet pada bidang hiburan yaitu salah satunya adalah menyaksikan film secara *online* dalam bentuk *streaming*. Salah satu bentuknya adalah berupa layanan *Video On Demand (VOD)*. *Video On Demand (VOD)* adalah layanan televisi interaktif yang dapat disaksikan melalui internet. Konsumen dapat memilih program yang akan disaksikan tanpa batasan waktu tayang. Selain itu, konsumen juga dapat mengunduh acara TV, serial atau pilihan film yang paling disukai yang tayang di

televise. Setiap layanan VOD biasanya memiliki konten video unggulan. Layanan VOD memiliki beberapa konten yang berbayar dan harus berlangganan.

VOD merupakan salah satu hiburan yang kian diminati masyarakat, terutama oleh anak muda. Kebebasan dalam memilih film atau series yang ingin disaksikan menjadi keunggulan yang dimiliki oleh VOD. Dunia hiburan digital semakin cepat dalam berevolusi dengan ditandainya oleh masyarakat tidak lagi mengandalkan televisi, karena sudah tersedia layanan VOD yang tidak perlu menunggu waktu tayang. Berdasarkan data survei yang mengangkat topik kepuasan layanan dari jakpat.net (2021), rata – rata tingkat kepuasan TV adalah 3.76 dari 562 responden, rata – rata tingkat kepuasan VOD Streaming Platform adalah 4.13 dari 418 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa layanan VOD lebih dipilih oleh mayoritas ketimbang TV nasional.

**Gambar 1.3**  
**Kepuasan Dalam Menggunakan VoD**



Sumber: jakpat.net (2021)



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.



Bisnis layanan video-on-demand terus menunjukkan tren positif di Indonesia. Hal ini menjadi peluang bagi para pebisnis yang menggeluti bisnis pada bidang ini. Tingginya peluang yang ada pun mengakibatkan meningkatnya persaingan dalam bisnis layanan video-on-demand. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Media Partners Asia (2021) diketahui bahwa jumlah pengguna layanan Subscription Video on-Demand (SVOD) di Indonesia mencapai 7 juta pelanggan dan naik sebesar 106% dari tahun sebelumnya. Menurut pernyataan dari wakil presiden MPA, Anthony Dobson (2021), Menurut (Syahrianto,2020) Indonesia merupakan salah satu pasar dengan populasi terpadat dalam pertumbuhan pasar pengguna layanan SVOD setelah China dan India dan memiliki potensi pertumbuhan yang baik. Selain itu ditambahnya lagi dengan pemblokiran situs *streaming* illegal oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi (KOMINFO) membuat penurunan yang signifikan dan membuat penggunanya beralih ke layanan streaming yang berbayar. Salah satu aplikasi yang paling sering digunakan oleh masyarakat di Indonesia pada tahun 2020 adalah Netflix dengan banyak penggunaan sebesar 31% (Populix.com, 2020).

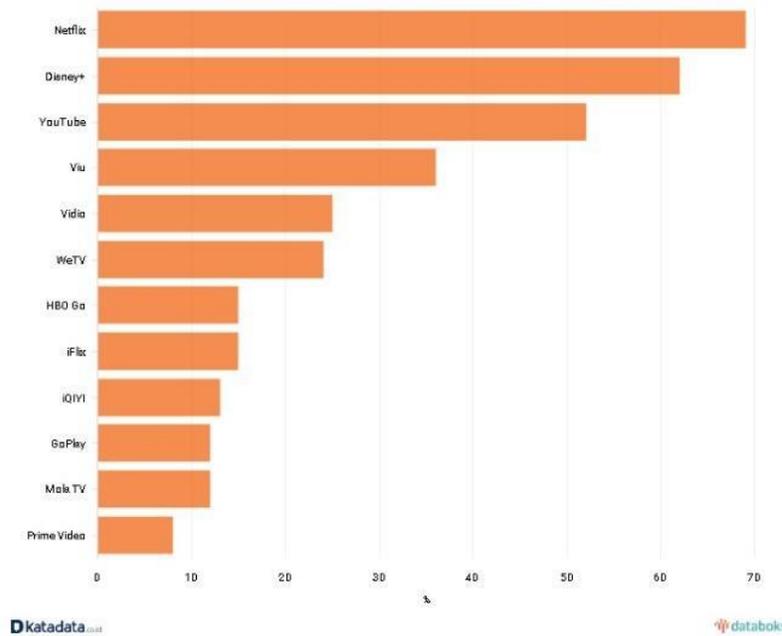
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 1.4

Pengguna Netflix di Indonesia



Sumber: katadata.com (2020)

Walaupun diatas telah dijelaskan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan Netflix yang tercepat akan tetapi dalam kenyataannya penulis menemukan Netflix juga telah kehilangan 200 ribu pelanggannya pada kuartal I 2022, sekaligus menjadi yang pertama kali dalam 10 tahun terakhir. Hal yang mendorong pelanggan mengurangi keputusan pembelian Netflix dikarenakan masalah berbagi password sharing akun netflix kepada orang lain yang tidak tinggal di satu rumah. Saat ini, Netflix sendiri memperkirakan ada 222 juta rumah tangga yang membayar untuk mengakses layanan video on demand miliknya. Namun, disisi lain, akses akun netflix itu juga dibagikan kepada lebih dari 100 juta rumah tangga tambahan, melalui kebiasaan berbagi akun. Hal ini menyalahi kebijakan Netflix yang memperbolehkan berbagi akun ekstra untuk keluarga, namun melarang praktik berbagi akun dengan cara lain. Alhasil, Netflix

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



berencana akan memungut biaya tambahan bagi pengguna yang sering berbagi akun diluar keluarganya, untuk menonton film di Netflix. Ini yang memungkinkan banyak dari pelanggan yang memutuskan pembelian ke aplikasi streaming lain. Dan dari beberapa para pengguna Netflix yang dijumpai penulis, para pengguna lebih banyak memilih paket crack dibandingkan Premium dikarenakan harganya yang lebih murah daripada yang resmi dan bisa digunakan oleh siapapun asal bisa memberi akses dari si pembeli pertama.

Lalu Karena pertumbuhan pelanggannya terus melambat akhir-akhir ini, Co-CEO Netflix Reed Hastings mengatakan, perusahaan sedang menjajaki untuk membuat harga berlangganan yang lebih murah. Selain itu, menurut Hastings, Netflix tengah mempertimbangkan untuk menyediakan layanan dengan iklan demi bisa mendatangkan pelanggan baru. Selama bertahun-tahun, Netflix sendiri menolak menyertakan iklan dalam layanannya karena menggunakan skema iklan seperti itu akan merusak proporsi Netflix sebagai brand bebas iklan. Padahal, strategi ini biasanya digunakan untuk menarik lebih banyak pelanggan. Netflix bisa menyediakan pilihan berlangganan gratis dengan subsidi iklan, atau membayar untuk menikmati konten tanpa iklan. Namun, keputusan menyertakan iklan dalam layanan Netflix masih dalam proses pertimbangan dan belum ada keputusan akhir, sebagaimana dihimpun KompasTekno dari CNBC, Rabu (20/4/2022).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu gaya hidup. Gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Konsep gaya hidup yang dipakai dalam penelitian ini adalah cara seorang menampilkan identitas dirinya lewat penggunaan waktu, uang dan barang. Untuk dapat mencapai sesuatu gaya hidup yang diinginkan, biasanya seorang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi undang-undang. 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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



harus pula mengeluarkan biaya lebih atau ekstra. Pengeluaran biaya yang berlebih tersebut memicu seorang mengkonsumsi barang dan jasa. Jadi dapat disimpulkan bahwa gaya hidup atau *lifestyle* mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dalam lingkungannya. Menurut (Dewi,2015) gaya hidup adalah pola hidup seorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu.

Selain itu, faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kepribadian. Kepribadian adalah ciri, karakteristik, gaya atau sifat-sifat yang memang khas dikaitkan dengan diri seorang. Menurut (Maryam,2017) dapat dikatakan kepribadian itu bersumber dari lingkungan, misalnya bentukan keluarga pada masa kecil dan bawaan sejak lahir misalnya orang tua membiasakan anak untuk menyelesaikan pekerjaan sendiri, menyelesaikan setiap permasalahan bersama sama, tidak mudah tersinggung atau mudah marah dan harus bersikap optimis.

Berdasarkan uraian diatas, penulis merasa penasaran mengapa dan apa yang dilakukan oleh Netflix dalam mengembangkan bisnis sehingga dapat seperti itu, akan tetapi ketertarikan pelanggan untuk beralih ke paket premium masih kurang. Hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui faktor apa sajakah yang mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan Netflix.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka terdapat beberapa hal yang didapat diidentifikasi sebagai masalah, antara lain:

1. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen layanan premium aplikasi streaming Netflix?



2. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen layanan premium aplikasi streaming Netflix?

3. Apakah terdapat pengaruh kepribadian terhadap keputusan pembelian konsumen layanan premium aplikasi streaming Netflix?

### C. Batasan Masalah

Agar penelitian menjadi lebih mendalam, maka penulis membatasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya menjadi antara lain:

1. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen layanan premium aplikasi streaming Netflix?
2. Apakah terdapat pengaruh kepribadian terhadap keputusan pembelian konsumen layanan premium aplikasi streaming Netflix?

### D. Batasan Penelitian

Agar penelitian menjadi lebih mendalam, maka penulis membatasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya menjadi antara lain:

1. Obyek yang saya teliti adalah Layanan Premium Aplikasi Streaming Netflix
2. Subyek yang diteliti adalah pelanggan layanan premium Netflix
3. Wilayah penelitian dilakukan di Jakarta
4. Periode penelitian dimulai dari Oktober 2022 – Maret 2023

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian yang telah penulis jabarkan diatas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut: “Bagaimanakah



## Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Layanan Premium Aplikasi Streaming Netflix?"

### F. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen layanan premium aplikasi streaming Netflix.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepribadian terhadap keputusan pembelian konsumen layanan premium aplikasi streaming Netflix.

### G. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan dan digunakan:

1. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan agar dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan pembelian layanan premium aplikasi streaming Netflix.

2. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca mengenai pengaruh gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan pembelian konsumen layanan premium aplikasi streaming Netflix.



b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan dan mengembangkan penelitian dimasa yang akan datang, khususnya mengenai gaya hidup, kepribadian, dan keputusan pembelian.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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