

# **BAB I**

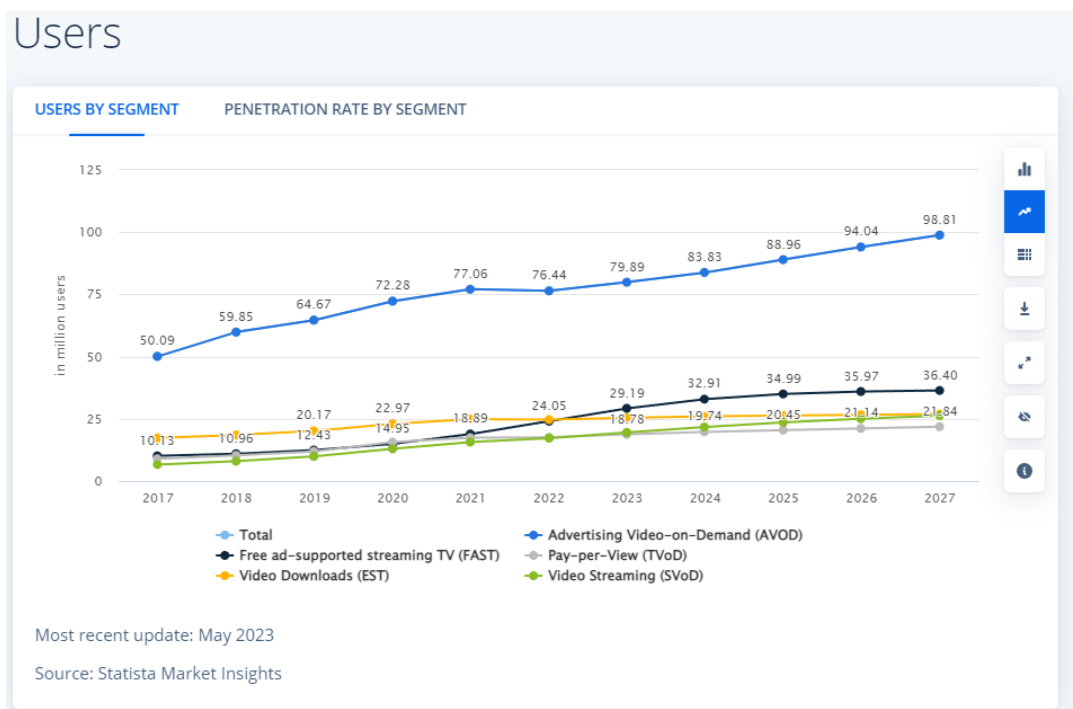
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini, teknologi terus berkembang dan mengalami kemajuan yang pesat. Salah satu cabang teknologi yang paling mengalami perkembangan dan kemajuan yang pesat adalah teknologi informasi. (Wirnany et al,2017) Pengguna teknologi selalu menginginkan perubahan dalam dunia teknologi untuk mempermudah pekerjaan sehari-hari mereka. Karena kemudahan teknologi informasi, mereka juga semakin bergantung padanya. Internet adalah salah satu teknologi yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat modern.(Patil, 2020)

*Over-the-Top* (OTT) merujuk pada aplikasi atau layanan yang menyediakan produk atau layanannya melalui internet, mengabaikan metode distribusi tradisional, dan memberikan informasi dalam bentuk data dan multimedia. OTT dapat dianggap sebagai "menumpang" karena beroperasi di atas jaringan internet yang dimiliki oleh operator telekomunikasi tertentu (Setiawan, 2017). Pertumbuhan pengguna layanan ini dapat dilihat dari peningkatan signifikan jumlah pengguna internet di Indonesia setiap tahun. Menurut data Laporan We Are Social menunjukkan dari 77% populasi Indonesia menjadi pengguna internet aktif atau mencapai 212,9 juta orang pada Januari 2023, dengan mayoritas pengguna berusia antara 16 hingga 64 tahun. Lebih dari 66 juta masyarakat Indonesia menggunakan layanan OTT, dan sekitar 70% dari mereka menonton selama lebih dari satu jam setiap harinya (Suhartadi, 2020).

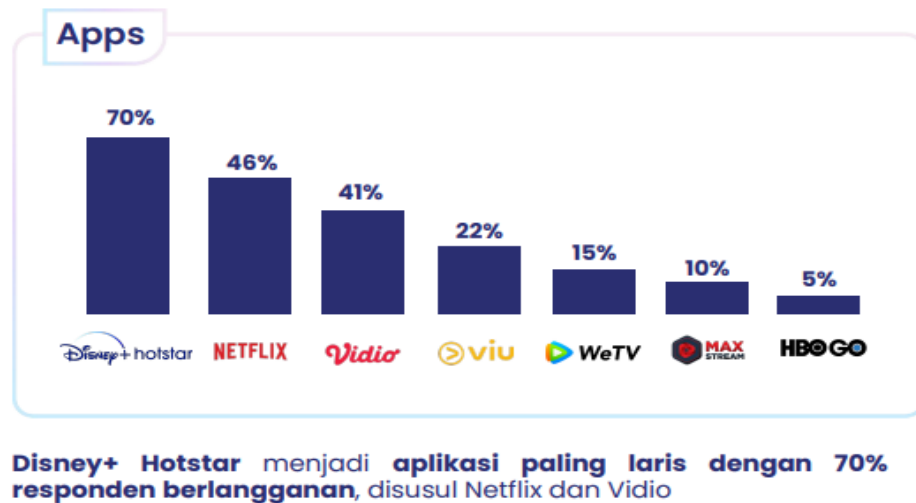
Di Indonesia, layanan *Over the Top* (OTT) telah menjadi umum dan dikenal oleh pengguna media digital. Istilah *Over the Top* mengacu pada cara konten seperti film dan acara TV disampaikan melalui internet. Meskipun istilah ini mencakup berbagai jenis layanan, seperti streaming video, audio, pesan, dan panggilan suara melalui internet, tetapi umumnya digunakan untuk merujuk kepada platform yang menyediakan konten video, film, atau acara TV. Layanan *OTT* disampaikan "*Over the Top*" atau melewati platform konvensional seperti siaran televisi, kabel, atau TV satelit yang berfungsi sebagai pengendali atau distributor konten. Oleh karena itu, layanan ini disebut sebagai layanan *OTT*. Dengan menggunakan metode ini, pengguna dapat melakukan menonton konten melalui berbagai perangkat kapan pun mereka mau, selama terhubung dengan internet yang memadai.



**Gambar 1.1 Jumlah Pertumbuhan Pengguna Video On Demand di Indonesia**

**Sumber : Statista.com diakses pada 06 Juni 2023**

Dari data di atas, pertumbuhan pengguna *Video On Demand* di Indonesia terus meningkat, diperkirakan Indonesia akan memiliki total 98,81 Juta. Pengguna di tahun 2027. Dengan pengguna hingga 79,89 Juta Pengguna Penikmat Layanan Video On Demand selama tahun 2023 di Indonesia.



**Gambar 1.2 Persentase Platform Video On Demand di Indonesia**

**Sumber : Tsurvey.id**

Berdasarkan data diatas, Gambar 1.3 mengenai urutan Persentase Platform Video On Demand di Indonesia diketahui bahwa Vidio menduduki urutan ke tiga sebesar 41% pilihan platform Video on Demand di indonesia. Di ikuti urutan kedua oleh Netflix dengan presentase 46% dan di urutan pertama Disney+Hotstar dengan presentase 70%

Kehadiran pesaing baru seperti Disney+hotstar, Pertumbuhan industri sangat cepat serta kemudahan pelanggan untuk migrasi, mengharuskan Vidio untuk menjalankan strategi yang baik dan tepat guna menjaga para pelanggannya agar tidak berpaling dari layanan Vidio. Salah satu faktor terpenting dalam menghadapi kompetisi yang ketat pada industri penyedia layanan *Video On Demand* dengan mempertahankan pelanggan lama atau menarik pelanggan baru yaitu dengan

memaksimalkan dan memanfaatkan *E-Service Quality*, Istilah "*electronic service*" mengacu pada bisnis atau layanan yang menggunakan teknologi informasi. *Electronic service meliputi* berbagai jenis layanan, seperti *e-tailing* (penjualan produk secara online), *customer support* (dukungan pelanggan), dan berbagai jenis jasa (Nasution et al., 2019).

PT Vidio Dot Com atau biasa dikenal dengan Vidio hadir sebagai portal video pertama asli Indonesia dan salah satu layanan *OTT* yang berdiri sejak tahun 2014. Vidio berusaha menjawab tantangan dan kebutuhan masyarakat saat ini dengan menyediakan wadah untuk berkeaktivitas dan berekspresi, juga menyediakan layanan berupa kanal gratis (*free-to-air*), siaran langsung, film dan drama, serta televisi. Sesuai dengan slogan Vidio yaitu "Nonton Gak Pake Ribet Semua Ada di Vidio", Vidio menghadirkan segmen-segmen yang beragam mulai dari *Entertainment, Sports, News, Kids, Movies, Anime, Education, Lifestyle*, dan *Music*. Perusahaan *OTT* sendiri memiliki keunggulan dimana setiap orang dapat mengakses konten yang ia mau kapanpun dan dimanapun.



**Gambar 1.3 Logo Vidio**

**Sumber : Vidio.com**

Sebagai perusahaan *OTT* yang berasal dari anak bangsa Indonesia sendiri, Vidio memiliki visi yaitu menjadi destinasi utama masyarakat Indonesia untuk menikmati konten-konten berkualitas, dimanapun dan kapanpun. Sedangkan misi

yang dimiliki yaitu, menawarkan variasi konten yang sangat beragam di dalam sebuah aplikasi sehingga apapun keinginan dari pelanggan dapat terpenuhi, mulai dari konten olahraga, series, film, acara TV, sampai pendengar radio (Vidio.com, 2021). Gambar 1.2 merupakan logo dari Perusahaan Vidio.

Dengan prevalensi penggunaan internet melalui perangkat mobile yang semakin meningkat, masyarakat cenderung beralih ke konten hiburan digital. Salah satu layanan yang telah mendapatkan pengakuan adalah Vidio, sebuah platform streaming video yang dioperasikan oleh Emtek, perusahaan *OTT* asli Indonesia. Vidio menawarkan berbagai jenis konten, termasuk konten orisinal, siaran olahraga, drama lokal dan internasional, esports, anime, dan konten pendidikan.

Namun, dalam operasionalnya, terdapat beberapa masalah yang dilaporkan oleh pengguna melalui ulasan aplikasi di *Appstore*. Beberapa keluhan yang sering muncul dari pengguna aplikasi Vidio antara lain: iklan yang masih muncul meskipun pengguna sudah berlangganan, proses pengunduhan konten yang memakan waktu lama meskipun jaringan stabil, terjadinya *lagging* dan *buffering* saat menonton konten tertentu, serta tidak adanya opsi pembayaran sekali saja yang mengakibatkan pengguna secara otomatis berlangganan tanpa konfirmasi sebelumnya.

Pada penelitian terdahulu yang cukup relevan dilakukan oleh (Prabjit et al 2021) mengenai eksplorasi dari pengaruh kualitas layanan , nilai yang dirasakan , kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada konteks *SVOD* di indonesia. bahwa temuan menunjukkan bahwa kepercayaan merek memiliki dampak positif signifikan terhadap loyalitas dalam *SVOD*. hal ini juga dilakukan penelitian oleh (Zho et al., 2018) meneliti mengenai pengaruh antara

kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam lingkungan telekomunikasi. Hasilnya menjelaskan bahwa adanya hubungan positif antara *e-SQ*, Kepuasan pelanggan, dan loyalitas, dengan *e-SQ* sebagai prediktor utama dari kedua aspek tersebut. Serta penelitian lain dilakukan oleh (Rita et al., 2019) menegaskan bahwa Desain Situs Web, Keamanan atau Privasi dan Pemenuhan berpengaruh terhadap kualitas layanan elektronik secara keseluruhan dalam belanja online. Sehingga kualitas layanan elektronik secara keseluruhan berdampak kepada perilaku, termasuk niat belanja ulang dan kunjungan ulang kepada situs. Atas dasar hal ini, penelitian terdahulu cukup memberikan pandangan dan landasan untuk memahami interaksi antara pengaruh model *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* dalam konteks layanan *Video on Demand* Aplikasi Vidio.

Mengacu pada latar belakang dan penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan dengan menerapkan model *E-Service Quality*. Model ini dipilih karena relevansinya dalam mengevaluasi kualitas layanan elektronik, yang merupakan faktor kunci dalam kepuasan dan loyalitas pelanggan. Terutama Vidio sebagai sebuah perusahaan yang memberikan layanan secara langsung kepada penggunaannya melalui layanan *Video on demand* dan *Streaming*. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan berharga tentang bagaimana meningkatkan Kualitas layanan Elektronik (*E-Service Quality*) untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) dan loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*).

Untuk memahami permasalahan yang dihadapi oleh pengguna saat menggunakan aplikasi Vidio, penting untuk mempertimbangkan bagaimana masalah tersebut dapat mempengaruhi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dari aplikasi Vidio dengan menggunakan metode *E-Service Quality*, berdasarkan persepsi pengguna. Selain itu, hasil dari analisis ini dapat digunakan sebagai umpan balik bagi perusahaan, berfungsi sebagai indikator dalam menentukan aspek kualitas mana yang telah memenuhi harapan pengguna dan aspek mana yang memerlukan peningkatan untuk perkembangan aplikasi perusahaan di masa mendatang.

Atas dasar dari pemaparan yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti memilih judul **“ANALISIS CUSTOMER SATISFACTION DAN LOYALTY PADA LAYANAN VIDEO ON DEMAND MENGGUNAKAN MODEL E-SERVICE QUALITY (STUDI KASUS APLIKASI VIDIO)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, masalah yang diangkat dalam penulisan skripsi ini adalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan elektronik (*E-Service Quality*) terhadap *Customer Satisfaction*?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan elektronik (*E-Service Quality*) terhadap Loyalty pengguna Layanan *Video on Demand* Aplikasi Vidio ?
3. Bagaimana Pengaruh *Customer Satisfaction* mempengaruhi *Customer Loyalty*?

### 1.3 Batasan Masalah

Ruang lingkup pada penelitian ini akan dibatasi dengan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada Aplikasi Mobile Vidio.
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *E-Service Quality* (*E-Servqual*) yang terdiri dari empat skala pengukuran, yaitu *Content Quality*, *Navigation and Visual Design*, *Management and Customer Service* dan *System Realibility and Connection Quality*.
3. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna yang menggunakan Aplikasi Mobile Vidio.
4. Penelitian hanya berfokus pada analisis kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pengguna penyedia layanan *Video On Demand* (VOD) Aplikasi Vidio dari sisi pengguna.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Service Quality*) terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) pada layanan Video on Demand Aplikasi Vidio
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Service Quality*) terhadap Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*) pada layanan Video on Demand Aplikasi Vidio
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) terhadap Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*) pada layanan Video on Demand Aplikasi Vidio



## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Untuk Peneliti

1. Hasil penelitian ini memiliki manfaat bagi peneliti dalam meningkatkan kompetensi dan pengetahuan terutama dalam memahami pengaruh *Electronic Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan *Video on Demand* (VOD) Vidio. Peneliti juga dapat memperoleh informasi yang berharga dan pengalaman dalam melaksanakan skripsi ini, yang akan meningkatkan pemahaman mereka tentang topik ini.

### b. Untuk Perusahaan PT Vidio Dot Com

1. Penelitian ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan ide-ide baru yang dapat digunakan sebagai masukan dan saran perbaikan untuk mengatasi permasalahan yang ada, terutama terkait *Electronic Service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*, dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen layanan VOD. Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan memahami bagaimana hal tersebut dapat memengaruhi kepuasan konsumen.

## 1.6 Relevansi SI

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Laudon, K.C. & Laudon, J.P. (2017), Sistem Informasi memiliki peran yang penting dalam menciptakan nilai bagi perusahaan. Sistem Informasi memiliki relevansi yang signifikan dalam konteks platform Vidio dan dapat menjadi topik yang menarik untuk penelitian skripsi. Dalam industri konten digital, Sistem Informasi berperan penting dalam

menyediakan infrastruktur teknologi dan platform yang mendukung pengiriman konten video kepada pengguna.

Dengan menggunakan metode *E-Service Quality*, penelitian dapat fokus pada evaluasi kualitas layanan elektronik yang disediakan oleh platform Vidio. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengukur dan menganalisis kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Video On Demand dalam hal Kualitas Konten, Navigasi dan Desain Visual, Manajemen dan Layanan Pelanggan serta Keandalan Sistem dan Kualitas Koneksi. dan faktor lain yang berkontribusi terhadap kualitas layanan yang dirasakan oleh pengguna Vidio..

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini akan membantu mengarahkan penyusunan laporan supaya tidak menyimpang dan sebagai acuan dalam mencapai tujuan penulisan laporan skripsi sesuai dengan apa yang diharapkan. Langkah-langkah dalam proses penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum isi penelitian diantaranya latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan sistematika penulisan yang digunakan.

#### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang pengertian dasar teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas, metode, dan tools yang akan digunakan dalam penelitian ini.

#### **BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari penelitian ini diantaranya identifikasi masalah,

studi literatur, metode pengumpulan data, analisis kebutuhan, dan penulisan laporan

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil dari setiap tahapan yang ada pada metodologi penelitian serta pembahasan tentang keberhasilan pengembangan sistem diantaranya dan pembahasan yang telah dilakukan selama penelitian diantaranya yaitu analisis, perancangan desain antarmuka, dan evaluasi untuk menguji tingkat keberhasilan sistem.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan isi dari laporan skripsi serta saran untuk pengembangan sistem yang ada demi kesempurnaan sistem yang lebih baik.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang literatur yang digunakan sebagai pedoman yang membantu pengerjaan skripsi.

#### **LAMPIRAN**

Pada bagian ini berisi tentang data atau pelengkap yang menunjang dalam pembuatan skripsi.