

ANALISIS NIAT BERKELANJUTAN UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN

***VIDEO ON DEMAND* DENGAN PENDEKATAN**

THEORY OF PLANNED BEHAVIOR

(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Netflix di Kota Surabaya)

SKRIPSI



Oleh :

FANIA PUTRI NURISKA

NPM. 17042010057

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2021

**ANALISIS NIAT BERKELANJUTAN UNTUK MENGGUNAKAN
LAYANAN *VIDEO ON DEMAND* DENGAN
PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*
(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Netflix di Kota Surabaya)**

Disusun Oleh :

Fania Putri Nuriska

17042010057

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Nurul Azizah, S.AB., M.AB

NPK. 17219910501002

Mengetahui

D E K A N



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA

NIP. 195907011987031001

**ANALISIS NIAT BERKELANJUTAN UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN
VIDEO ON DEMAND DENGAN PENDEKATAN
THEORY OF PLANNED BEHAVIOR**

(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Netflix di Kota Surabaya)

Oleh :

Fania Putri Nuriska

17042010057

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Nurul Azizah, S.AB., M.AB

NPK. 17219910501002

Tim Penguji:

1.) Ketua



Dr. Nurhadi, M.Si

NIP. 196902011994031001

2.) Sekretaris



Dra. Siti Ning Farida, M.Si

NIP. 1964067291990032001

3.) Anggota



Nurul Azizah, S.AB., M.AB

NPK. 17219910501002

**Mengetahui,
D E K A N**



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Niat berkelanjutan Untuk Menggunakan Layanan *Video On Demand* dengan Pendekatan *Theory Of Planned Behavior* (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Netflix di Kota Surabaya)”**.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Nurul Azizah, S.AB., M.AB selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasihat, serta motivasi kepada penulis. Penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual, maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan, semangat, dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat SMA saya Fransiska, Maria, dan Khirzah yang selalu memberikan semangat untuk segera menyelesaikan studi.

6. Sahabat saya Khotim, Bela, Bunga, Adis, dan Linda yang selalu memberikan semangat dan menempuh jalan bersama untuk menyelesaikan studi di Administrasi Bisnis.
7. Sahabat saya Naufa, Delvi, Mita, Rizqa, Wildan, Davin, dan Wajid serta Pengurus UK PersMa 2019 yang menemani masa perkuliahan sampai penulisan skripsi ini.
8. Pengurus HIMANIS 2019 dan teman-teman UK PersMa mulai angkatan 2015 hingga 2020 yang telah mengajarkan banyak hal selama masa perkuliahan.
9. Drama Korea dan OST Drama Korea yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah menemani dan memberikan hiburan selama mengerjakan skripsi ini.
10. Serta seluruh teman-teman Administasi Bisnis 2017 yang memberikan dukungan pada penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulis skripsi ini.

Surabaya, 3 Maret 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAH	iii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Penelitian Terdahulu	15
2.2. Landasan Teori.....	18
2.2.1. Pemasaran.....	19
2.2.1.1. Pengertian Pemasaran	19

2.2.1.2. Manajemen Pemasaran	20
2.2.1.3. Konsep Pemasaran.....	21
2.2.1.4. Strategi Pemasaran.....	22
2.2.2. Pemasaran Jasa.....	22
2.2.2.1. Definisi Jasa	22
2.2.2.2. Pemasaran Jasa	22
2.2.2.3. Karakteristik Pemasaran Jasa	23
2.2.3. Aplikasi <i>Mobile</i>	24
2.2.4. <i>Video Streaming</i>	25
2.2.5.1. Tipe-Tipe Video Streaming.....	26
2.2.5.1.1 <i>Live Streaming</i>	26
2.2.5.1.2. <i>Video On Demand</i>	26
2.2.5. Perilaku Konsumen	27
2.2.6. Proses Keputusan Pembelian	27
2.2.7. <i>Theory of Planned Behavior</i>	30
2.2.7.1. <i>Attitude Towards Use</i> (Sikap Menuju Penggunaan).....	32
2.2.7.2. <i>Subjetive Norms</i> (Norma Subjektif).....	34
2.2.7.3. <i>Perceived Behavioral Control</i> (Persepsi Kontrol Perilaku).....	35
2.2.7.4. <i>Behavioral Intention</i> (Niat Perilaku)	37
2.2.8. <i>Perceived Enjoyment</i> (Persepsi Kenyamanan)	38

2.2.9. <i>Continuance Intention To Use</i> (Niat Berkelanjutan Untuk Menggunakan).....	39
2.3. Kerangka Berfikir	40
2.4. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1. Jenis Penelitian.....	44
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	45
3.2.1. Definisi Operasional.....	45
3.3.2. Pengukuran Data.....	51
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	52
3.3.1. Populasi	52
3.3.2. Sampel	53
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel.....	53
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.4.1. Jenis Data.....	54
3.4.2. Sumber Data	54
3.4.3. Teknik Pengumpulan Data	55
3.5. Teknik Analisis Data	56
3.5.1. Statistik Deskriptif	56
3.5.2. Analisis Kuantitatif	56

3.6. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	57
3.6.1. Alat Analisis Data (PLS).....	58
3.6.1.1. Prosedur Analisis PLS	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data.....	68
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.2. Struktur Perusahaan.....	69
4.3. Logo Perusahaan	70
4.1.2. Penyajian Data	71
4.1.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	71
4.1.2.1.1. Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.1.2.1.2. Klasifikasi Berdasarkan Usia.....	72
4.1.2.1.3. Klasifikasi Berdasarkan Status Pekerjaan	72
4.1.2.1.4. Klasifikasi Berdasarkan Pendidikan Terakhir	73
4.1.2.1.5. Klasifikasi Berdasarkan Lama Penggunaan	74
4.1.2.1.6. Klasifikasi Berdasarkan Rata-rata Penggunaan Per hari	75
4.1.2.1.7 Klasifikasi Berdasarkan Pengeluaran Per bulan	75
4.1.2.2 Deskripsi Analisis Variabel Penelitian	76
4.2. Analisis Data Penelitian.....	83
4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	83

4.2.2. Hasil Evaluasi Model SEM-PLS	92
4.2.2.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	92
4.2.2.2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	102
4.2.3. Pengujian Hipotesis.....	105
4.3. Pembahasan.....	108
4.3.1. Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap <i>Attitude Towards Use</i>	109
4.3.2. Pengaruh <i>Attitude Towards Use</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i>	111
4.3.3. Pengaruh <i>Subjective Norms</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i>	113
4.3.4. Pengaruh <i>Perceived Behavioral Control</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i>	115
4.3.5. Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i>	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1. Kesimpulan	120
5.2. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	128

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Indikator Variabel	50
Tabel 3. 2 Bobot Skala Pengukuran.....	52
Tabel 3. 3 Kuesioner Skala Likert (Bentuk Checklist)	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin	71
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	72
Tabel 4. 3 Karakteristik Status Pekerjaan	72
Tabel 4. 4 Karakteristik Pendidikan Terakhir	73
Tabel 4. 5 Karakteristik Lama Penggunaan	74
Tabel 4. 6 Karakteristik Rata-rata Penggunaan Per hari	75
Tabel 4. 7 Karakteristik Pengeluaran Per bulan	76
Tabel 4. 8 Karakteristik Pengeluaran Per bulan	77
Tabel 4. 9 Deskripsi Analisis Variabel Penelitian	84
Tabel 4. 10 Deskriptif Statistik Konstruk	84
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	93
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Konvergen	94
Tabel 4. 13 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	95
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Ulang	97
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Konvergen Ulang.....	97
Tabel 4. 16 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	99
Tabel 4. 17 Nilai <i>Loading</i> dan <i>Cross Loading</i> Model Reflektif.....	100

Tabel 4. 18 Nilai <i>Square Root of AVE</i>	101
Tabel 4. 19 Nilai Full Collinearity VIF.....	102
Tabel 4. 20 Nilai R-Squared (R^2).....	103
Tabel 4. 21 Nilai Effect Size (f^2).....	104
Tabel 4. 22 Nilai Q-Squared (Q^2)	105
Tabel 4. 23 Nilai Koefisien Jalur dan <i>P-value</i>	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia Januari 2020	2
Gambar 1. 2 Ilustrasi Jumlah Pengguna TV Kabel dan Layanan Video Online	4
Gambar 1. 3 Aplikasi <i>Streaming</i> Paling Banyak Diunduh Secara Global Agustus 2020.....	6
Gambar 1. 4 Data Pencarian Layanan <i>Streaming</i> Oktober 2020.....	7
Gambar 1. 5 Data Pelanggan Netflix di Indonesia	8
Gambar 2. 1 Model <i>Theory of Planned Behavior</i>	38
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir	42
Gambar 3. 1 <i>Inner Model</i>	60
Gambar 3. 2 Model Reflektif Variabel X1 dengan Indikatornya	60
Gambar 3. 3 Model Reflektif Variabel X2 dengan Indikatornya	61
Gambar 3. 4 Model Reflektif Variabel X3 dengan Indikatornya	61
Gambar 3. 5 Model Reflektif Variabel X4 dengan Indikatornya	61
Gambar 3. 6 Model Reflektif Variabel X5 dengan Indikatornya	62
Gambar 3. 7 Diagram Jalur Penelitian	63
Gambar 4. 1 Bagan Struktur Netflix, Inc.	69
Gambar 4. 2 Logo Netflix, Inc.	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian.....	128
Lampiran 2.	Karakteristik Responden.....	136
Lampiran 3.	Tabulasi Jawaban Responden.....	144
Lampiran 4.	Hasil Olah Data Menggunakan WarpPLS 7.0.....	157
Lampiran 5.	Bukti Penyebaran Kuesioner Melalui G-Form.....	161

ABSTRAK

FANIA PUTRI NURISKA, ANALISIS NIAT BERKELANJUTAN UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN *VIDEO ON DEMAND* DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Netflix di Kota Surabaya)

Penggunaan internet di Indonesia semakin meningkat pesat khususnya pada penggunaan internet seluler sebagai sarana dalam memenuhi kebutuhan individu. Penggunaan internet telah mengubah kebiasaan dan perilaku konsumen, salah satunya untuk mengonsumsi hiburan berupa layanan *video on demand*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang membentuk niat berkelanjutan untuk menggunakan layanan *video on demand* dengan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang memiliki tiga konstruk, yakni *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* yang dimodifikasi dengan variabel *perceived enjoyment* sebagai variabel anteseden pada pengguna aplikasi Netflix di Kota Surabaya. Netflix merupakan salah satu penyedia layanan *video on demand* terkemuka di dunia yang menawarkan sistem berlangganan setiap bulan kepada pelanggan.

Penelitian ini diklasifikasikan sebagai *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh merupakan data primer yang didapatkan melalui pengambilan data dengan menggunakan kuesioner kepada 100 responden dalam kurung waktu lima minggu. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SEM-PLS (*Partial Least Square*) dan data diolah dengan menggunakan *tools WarpPLS* versi 7.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *attitude towards use*, *attitude towards use* dan *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention to use*. Selanjutnya *subjective norms* dan *perceived behavioral control* berpengaruh tidak signifikan terhadap *continuance intention to use*.

Kata kunci: *Theory of Planned Behavior*, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, persepsi kenikmatan, layanan *video on demand*

ABSTRACT

FANIA PUTRI NURISKA, ANALISIS NIAT BERKELANJUTAN UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN VIDEO ON DEMAND DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Netflix di Kota Surabaya)

The use of the internet in Indonesia is increasing rapidly, especially in the use of the mobile internet as a means of fulfilling individual needs. The use of the internet has changed the habits and behavior of consumers, one of which is to consume entertainment in the form of video on demand services. This study aims to determine the factors that form a continuance intention to use video on demand services use the Theory of Planned Behavior (TPB) approach which has three constructs, that are attitude, subjective norms, and perceived behavioral control which are modified with perceived enjoyment as an antecedent variable of Netflix application users in Surabaya. Netflix is one of the leading video on demand service providers in the world that offers subscribers a monthly subscription system.

This research is classified as explanatory research with a quantitative approach. The data obtained is primary data which has been obtained through data collection use a questionnaire to 100 respondents within five weeks. Data analysis was performed use SEM-PLS (Partial Least Square) and the data were processed use WarpPLS version 7.0 tools. The results of this study indicate that perceived enjoyment has a significant effect on attitude towards use, attitude towards use and perceived enjoyment have a significant effect on continuance intention to use. Furthermore subjective norms and perceived behavioral control have no significant effect on continuance intention to use.

Keywords: *Theory of Planned Behavior, attitude, subjective norms, perceived behavioral control, perceived Kenyamanan, video on demand services*