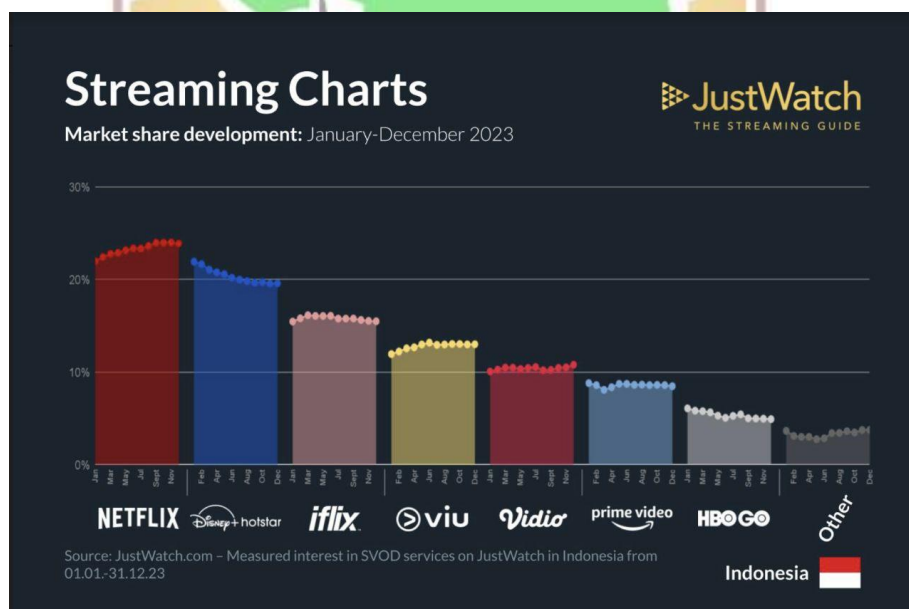


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jumlah pecinta film layanan streaming khususnya pada aplikasi Netflix semakin bertambah. Menurut laporan dari *Daily Social* per Desember 2023, Netflix berhasil menjadi aplikasi layanan video berbayar paling populer dan banyak digunakan dengan jumlah pengguna 238,39 juta. Jumlah pengguna Netflix ini tidak terpaut jauh dengan jumlah pelanggan Disney+ hotstar, kemudian disusul dengan Iflix yang menduduki posisi ketiga sebagai aplikasi video berbayar yang paling banyak di gunakan. Berikut ini ditampilkan dengan grafik laporan *Daily Social* per Desember 2023.



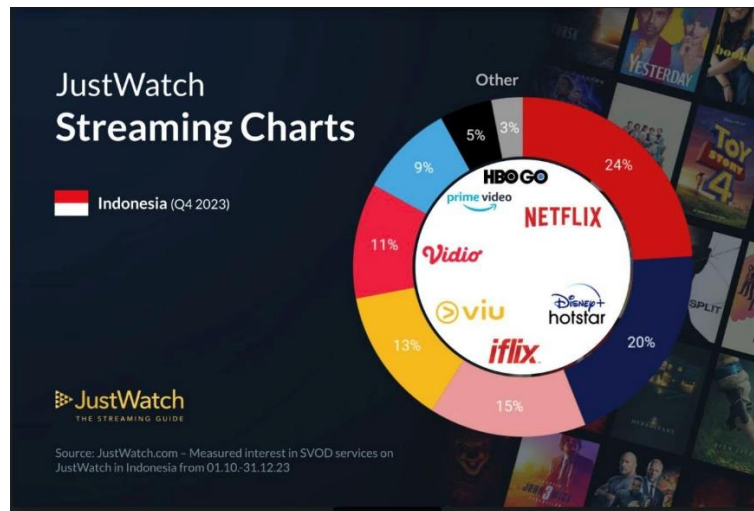
Gambar 1.1 Grafik laporan jumlah konsumen (pelanggan) aplikasi menonton film secara online streaming di indonesia

Selain pengaruh harga yang bersaing dengan Disney+ hotstar dan yang lainnya, menyajikan konten-konten original yang mereka produksi sendiri dan juga memiliki konten dengan berbagai pilihan genre yang terupdate menjadi beberapa

alasan pelanggan setia berlangganan dengan Netflix (Starfriday.asia, 2023). Selain itu, dengan adanya Kerjasama antara Telkomsel dengan Netflix menjadi salah satu alasan bertambahnya jumlah konsumen/pengguna layanan Netflix di Indonesia (CNN, 2022).

Salah satu layanan streaming film online yang berhasil menarik penonton bioskop dari semua genre yaitu Netflix. Sebagai hasil dari keberhasilan ini, Netflix telah mampu menghasilkan keuntungan baik di Indonesia maupun internasional. Dengan adanya kerjasama kemitraan dengan provider Telkomsel, pelanggan Telkomsel mendapatkan akses yang sangat mudah untuk berlangganan dan membayar biaya langganan per bulan (Kompas, 2021). Menurut riset yang dilakukan *Media Partners Asia* (MPA) pada 16 Januari 2021, telah terjadi peningkatan jumlah pengguna atau pelanggan signifikan di Indonesia yang menggunakan aplikasi atau layanan streaming berbayar untuk menonton film. Total pengguna aplikasi hanya dalam waktu empat bulan, dari 5 September 2020 hingga 6 Januari 2021, jumlah pelanggan setia layanan streaming film ini di Indonesia meningkat pesat dari 3,4 juta menjadi 7 juta. Bersama-sama, pengguna aplikasi layanan streaming untuk menonton film di Indonesia menyumbang 10% dari semua rumah dan 3% dari seluruh populasi negara (Kompas, 2021).

Netflix memiliki market share paling banyak dibandingkan para pesaing lainnya, berikut gambar dari market share aplikasi video on demand di Indonesia:



Gambar 1.2 *Market share video on demand* di Indonesia

Menurut data survei nasional tahun 2020 yang dilakukan oleh *Morning Consult* sebuah penelitian pasar yang berbasis di Washington bekerjasama dengan *The Hollywood Reporter*, bahwa Generasi Z mendominasi sebagai pengguna Netflix berbayar dengan persentasi 70% (*Morning Consult & Hollywood Reporter*, 2020). Salah satu alasan utama mereka menonton film-film dari serial TV mancanegara melalui aplikasi Netflix adalah karena mayoritas generasi Z ini merupakan penggemar berat film-film action dan drama yang disajikan secara fresh. Alasan kedua yaitu pelanggan tersebut merupakan konsumen yang sudah setia berlangganan provider Telkomsel (Quora, 2021).

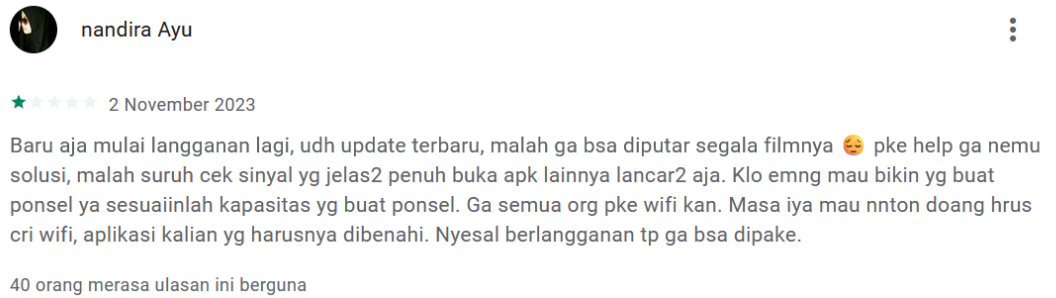
Alasan ketiga yaitu, Netflix memiliki harga yang bersaing dengan pesaingnya seperti Disney+ Hotstar, yang dimana untuk paket basic (Handphone/Tablet) Netflix saja kini sudah turun menjadi Rp.65.000 yang dari sebelumnya Rp.120.000, kemudian paket standar (2 device) menjadi Rp.120.000 dari sebelumnya Rp.150.000 sedangkan untuk paket paling mahal (4 device) yaitu Rp.186.000 per bulan nya (Kompas, 2023). Alasan keempat adalah karena jenuh dengan acara TV

Swasta Nasional zaman sekarang yang kebanyakan menayangkan sinetron, FTV, selebritas *talk show* dan *infotainment* (Quora, 2021). Mengingat harga yang ditawarkan Netflix dapat dijangkau oleh berbagai jenis kalangan masyarakat, maka kemungkinan besar pengguna juga terdiri dari berbagai macam umur maupun pekerjaan dan penghasilan.

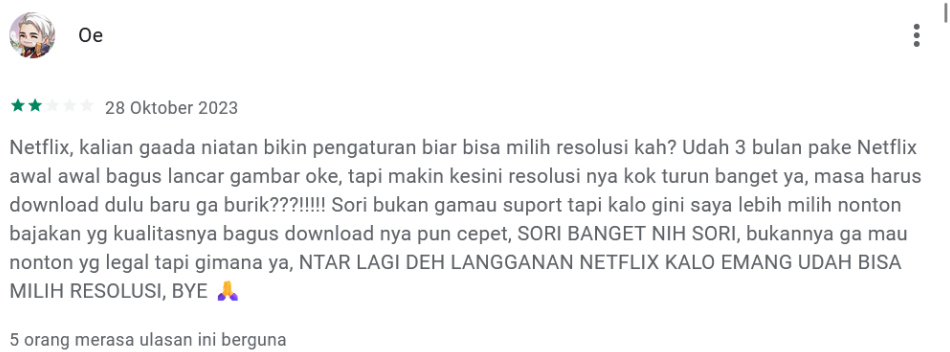
Generasi Z yaitu generasi yang lahir mulai tahun 1996 hingga 2012, artinya Generasi Z ini adalah generasi setelah milenial (www.sampoernauniversity.ac.id). Generasi Z tumbuh dan lahir bersama dengan kemajuan teknologi dan internet, sehingga dikenal sebagai generasi yang mahir menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari mulai dari belajar, bekerja hingga hiburan. Generasi Z akan mengungkapkan pengalaman buruk atau baik mereka di melalui media sosial (Aeni,2022). Alasan terakhir adalah karena kenyataan bahwa mayoritas pelanggan lebih suka menunggu waktu yang *flexible* atau nyaman ketika menonton tanpa mengkhawatirkan waktu tayang yang abis seperti ketika menonton di bioskop (IDN Times, 2023).

Seperti yang kita ketahui Generasi Z tumbuh dan lahir bersama dengan kemajuan teknologi dan internet, sehingga dikenal sebagai generasi yang mahir menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari belajar, bekerja, hingga hiburan, Generasi Z akan mengungkapkan pengalaman buruk atau baik mereka melalui media social (Azhaar, 2022).

Berbagi pengalaman buruk Netflix salah satunya dapat kita lihat pada Gambar 1.2 dan Gambar 1.3 di bawah ini



Gambar 1. 2 Ulasan Pengguna Netflix di Aplikasi Google Play



Gambar 1. 3 Ulasan Pengguna Netflix di Aplikasi Google Play
Sumber :www.trustpilot.com (2023)

Data di atas menunjukkan bahwa ulasan negatif masih ditemukan tentang kualitas layanan Netflix. Terdapat lebih dari 14,3 juta ulasan yang diberikan melalui Google Play, 13%. Ulasan di atas menyatakan bahwa pelanggan memiliki pengalaman yang buruk karena mendapat layanan yang buruk dari Netflix. Dengan adanya ulasan yang buruk diberikan oleh pengguna Netflix baik itu melalui platform ulasan umum maupun di Google Play Store dan App Store, dikhawatirkan akan berdampak buruk bagi kepuasan dan niat beli ulang oleh penggunanya.

Berdasarkan hasil wawancara kepada 10 orang pelanggan Desember 2023 terkait dengan fenomena ini, ditemukan bahwa masih sering terjadinya pengalaman yang kurang baik ketika berlangganan Netflix dan masih sangat kurangnya pelayanan yang diberikan Netflix ketika terjadinya keluhan atau masalah. Seperti sering terjadinya akun yang tiba-tiba log out sendiri dan sulit untuk log in kembali,

sering terjadinya kualitas video yang buruk padahal kondisi sinyal baik. Berdasarkan hasil wawancara tersebut membuktikan bahwa pelanggan Netflix merasa *experience* yang diberikan ketika berlangganan masih kurang baik dan *service quality* yang di berikan juga kurang baik, yang mengakibatkan pelanggan masih berpikir kembali untuk melakukan pembelian paket berlangganan Netflix.

Menurut Kotler & Keller (2016) Ketika suatu produk atau layanan di. Namun menurut Nobar & Rostamzadeh, (2018), *customer satisfaction* didefinisikan sebagai persepsi individu baik ketidak puasan atau kesenangan dengan membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk sehubungan dengan keinginan konsumen itu sendiri.

Lebih menguntungkan untuk mempertahankan pelanggan yang ada daripada memperoleh yang baru, oleh karena itu ada hal-hal yang perlu dipertimbangkan oleh bisnis diantaranya adalah bagaimana kualitas pelayanan baik itu secara online maupun offline dan serta bagaimana customer mendapatkan pengalaman yang baik terhadap produk.

Studi yang dilakukan oleh Chandra et al., (2022) mengklaim bahwa kepuasan pelanggan dari *e-service quality* secara signifikan mempengaruhi *online repurchase intention*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan Safrina et al., (2023) mendapati *customer experience* memiliki pengaruh positif signifikan atas *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*. Menurut Wilson et al., (2019) Konsumen yang bahagia lebih cenderung merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain dan melakukan lebih banyak pembelian, sedangkan pelanggan yang tidak puas lebih cenderung mengubah pikiran mereka dan membeli sesuatu

yang lain. Berdasarkan hasil penelitian Amoako et al., (2021) Pengukuran pengaruh kualitas *e-service* terhadap niat pembelian kembali secara signifikan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan sebagai variabel intervensi. Konsumen menilai seberapa puas mereka dengan membandingkan kinerjanya dengan ekspektasi mereka sebelumnya dan mencatat apakah layanan tersebut memenuhi atau melampaui ekspektasi tersebut, tingkat kepuasan klien yang tinggi ialah tanda layanan berkualitas tinggi (Kunadi et al., 2021). Kualitas layanan elektronik memainkan peranan penting dalam kinerja bisnis karena menunjukkan seberapa baik melayani konsumen dan berfungsi sebagai taktik bertahan hidup dan sukses dalam menghadapi persaingan (I. W. A. Wiradarma & Respati, 2020). Pratiwi Indriasari et al., (2021) mendapati pelanggan lebih cenderung berencana membeli produk atau jasa yang telah ia beli sebelumnya dengan mengutamakan pemilihan berdasarkan penilaian kesesuaian kinerja produk atau jasa ekspektasi konsumen.

Mengingat Netflix merupakan pelopor di bidang streaming video, peneliti tertarik untuk mempelajari sikap yang mengarah pada langganan Netflix. Untuk peneliti memilih Netflix untuk menjadi subjek pada penelitian ini. Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Customer Experience* dan *E-service Quality* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* Layanan Premium Netflix”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang peneliti angkat pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer Satisfaction* pelanggan Netflix di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *E-service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pelanggan Netflix di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Online Repurchase Intention* pelanggan Netflix di Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *Customer Experience* terhadap *Online Repurchase Intention* pelanggan Netflix di Kota Padang?
5. Bagaimana pengaruh *E-service Quality* terhadap *Online Repurchase Intention* pelanggan Netflix di Kota Padang?
6. Bagaimana pengaruh *Customer Experience* terhadap *Online Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pelanggan Netflix di Kota Padang?
7. Bagaimana pengaruh *E-service Quality* terhadap *Online Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pelanggan Netflix di Kota Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berlandaskan pokok permasalahan peneliti rumuskan sebelumnya, peneliti telah menetapkan tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Experience* pada *Customer Satisfaction* pelanggan Netflix di Kota Padang
2. Untuk mengetahui pengaruh *E-service Quality* pada *Customer Satisfaction* pelanggan Netflix di Kota Padang
3. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* pada *Online Repurchase Intention* pelanggan Netflix di Kota Padang

4. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Experience* pada *Online Repurchase Intention* pelanggan Netflix di Kota Padang
5. Untuk mengetahui pengaruh *E-service Quality* pada *Online Online Repurchase Intention* pelanggan Netflix di Kota Padang
6. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Experience* pada *Online Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pelanggan Netflix di Kota Padang
7. Untuk mengetahui pengaruh *E-service Quality* pada *Online Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pelanggan Netflix di Kota Padang

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan memberikan manfaat:

1. Manfaat Akademik

Diharapkan melalui penelitian ini dapat mengembangkan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti serta menjadi acuan dalam berwirausaha, pembelajaran pariwisata dan pemasaran, khususnya mengenai *customer experience*, *e-service quality*, *online customer satisfaction* dan *online repurchase intention*.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini dapat digunakan bagi pengelola usaha sebagai bahan untuk merumuskan strategi pemasaran terkait dengan *customer experience* dan *e-service quality* terhadap *online repurchase intention* melalui *customer satisfaction*.

1.5. Ruang Lingkup Pembahasan

Thesis ini mencakup berbagai topik, termasuk *customer experience* dan *e-service quality* terhadap *online repurchase intention* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan layanan premium Netflix di Kota Padang.

1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian ini memiliki lima bab yang mengikuti kriteria penulisan thesis Universitas Andalas dari segi sistematika dan gaya penulisannya, urutan dari penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat, ruang lingkup pembahasan, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini menguraikan dasar-dasar teoritis penelitian, studi sebelumnya, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang rancangan penelitian, variable dan pengukuran, Teknik pengumpulan data, uji instrument penelitian dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan deskripsi, analisis dan pembahasan data.

BAB V PENUTUP

Bab ini merangkum temuan dan kesimpulan, keterbatasan penelitian, implikasi manajerial, dan rekomendasi studi untuk lebih lanjut.