

BAB I

PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, serta tujuan dari penelitian ini.

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi serta kehadiran Internet saat ini semakin memudahkan kita dalam beraktivitas termasuk dalam hal berbisnis. Namun hal ini menjadikan persaingan antar perusahaan semakin ketat. Saat ini perusahaan berlomba-lomba menciptakan inovasi bisnis dan menawarkan berbagai produk terbaik mereka demi menarik perhatian konsumen. Persaingan yang kompetitif ini menimbulkan perilaku selektif dari konsumen, sebelum melakukan pembelian konsumen akan membandingkan terlebih dahulu produk mana yang sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhannya.

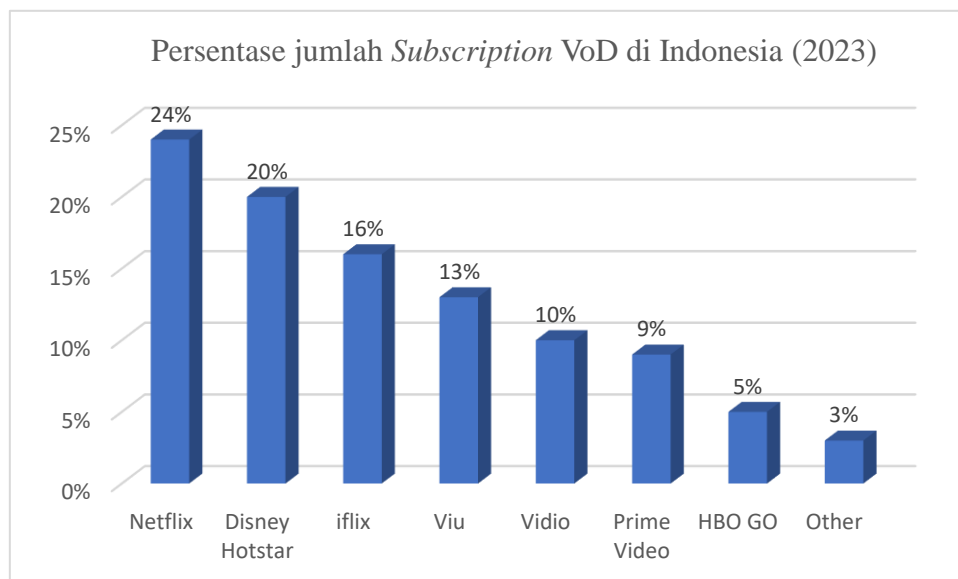
Salah satu industri yang terkena dampak besar dari adanya perkembangan teknologi yaitu industri jasa perfilman. Dahulu kita hanya bisa menikmati film melalui layar tancap maupun bioskop, dimana pelanggan harus datang, mengantre dan membeli tiket secara langsung, lalu menonton film di satu ruangan bersama puluhan penonton lainnya. Bagi beberapa konsumen cara ini dianggap kurang praktis, lantaran pelanggan yang ingin menonton film juga harus menyesuaikan waktu dengan jam tayang film yg bersangkutan. Namun saat ini sudah hadir layanan *Video on Demand (VoD)* atau situs penyedia film *online* secara resmi. Dengan adanya situs VoD penikmat film tidak perlu lagi datang ke tempat layar tancap maupun bioskop, cukup dengan melakukan aktivasi penonton sudah bisa

menikmati berbagai film kesukaannya dimana pun dan kapan pun sesuai dengan waktu yang diinginkan.

Netflix adalah salah satu penyedia layanan hiburan streaming terkemuka di dunia dengan 222 juta keanggotaan berbayar di lebih dari 190 negara termasuk Indonesia di dalamnya. Netflix menyuguhkan film, serial TV, hingga dokumenter dalam berbagai *genre* dan bahasa. Dimana pelanggannya dapat menonton film yang mereka inginkan sepuasnya, kapan pun, di mana pun, melalui layar apa pun (*gadget, smart tv, computer, laptop*) yang terhubung ke internet. Pelanggan juga dapat memutar, menjeda, dan melanjutkan tayangan tanpa iklan.

Gambar 1.1

Persentase Jumlah Subscription VoD di Indonesia



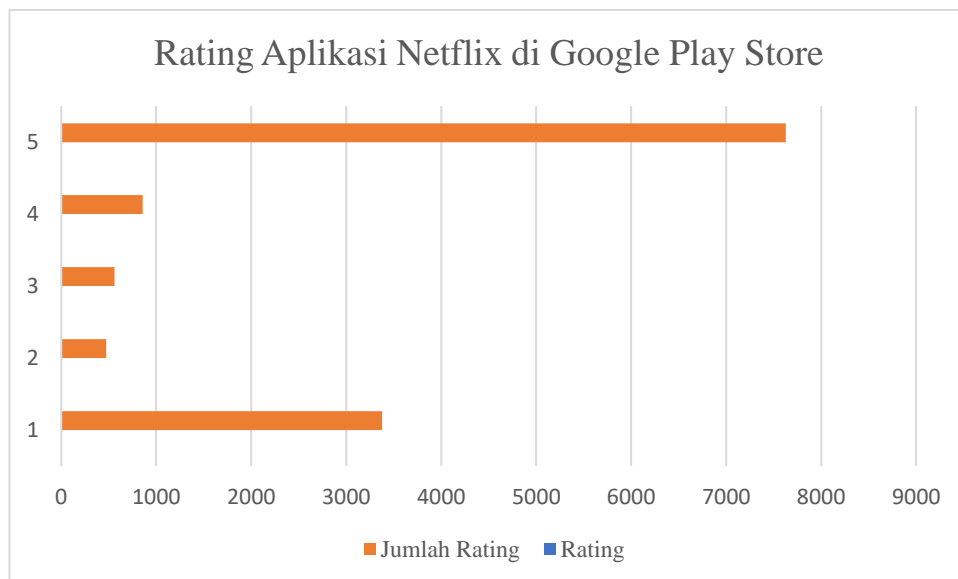
Sumber : JustWatch (2023)

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa Netflix memiliki jumlah *subscription* terbanyak di Indonesia yaitu sebesar dua puluh empat persen. Kemudian diperingkat selanjutnya terdapat Disney+ Hotstar, iFlix, Viu, Vidio, Prime Video, HBO GO, dan lain sebagainya yang sesuai dengan hasilnya masing-masing. Data

diatas diperoleh dari JustWatch (2023) yang melakukan survei “*Measured interest in SVOD services on JustWatch in Indonesia*” terhadap pelanggan layanan VoD di Indonesia.

Meskipun Netflix menjadi aplikasi layanan VoD terlaris, akan tetapi berdasarkan data yang diperoleh ditemukan adanya keinginan pelanggan Netflix untuk berhenti berlangganan. Hal tersebut terjadi karena adanya keluhan-keluhan yang menunjukkan ketidakpuasan pelanggan terhadap aplikasi Netflix. Beberapa hal yang dikeluhkan diantaranya yaitu harga berlangganan Netflix mahal, kualitas video tidak stabil sehingga resolusi berubah-ubah sesuai dengan kecepatan internet yang digunakan pengguna jika ingin menikmati film dengan kualitas resolusi video tinggi pengguna Netflix harus memiliki kecepatan internet yang tinggi juga. Selain itu sering terjadi *error* dalam aplikasi sehingga pelanggan tidak bisa mengakses aplikasi selama beberapa waktu. Keluhan lainnya menyebutkan koleksi film tidak lengkap dan kurang *update* hingga adanya keluhan mengenai permasalahan dalam pembayaran. Beberapa keluhan ini disampaikan pengguna melalui kolom komentar di Google Play Store.

Gambar 1.2
Data Kepuasan Pelanggan Netflix di Google Play Store



Sumber : Google Play Store (2023)

Gambar 1.2 menunjukkan banyaknya pelanggan yang memberikan penilaian Bintang 1 kepada aplikasi Netflix di Google Play Store. Hal tersebut menunjukkan tingkat ketidakpuasan yang dirasakan pelanggan tinggi. Banyaknya keluhan yang disampaikan oleh pelanggan menjadikan *rating* aplikasi Netflix di Google Play Store menjadi 3,7 dari 5. Dimana nilai 3,7 tersebut terbilang rendah. Dengan banyaknya penilaian negatif terhadap aplikasi Netflix di Google Play Store dikhawatirkan hal tersebut mempengaruhi pelanggan lain untuk berhenti berlangganan. Hal ini terjadi karena banyaknya keluhan yang disampaikan pelanggan pada Netflix, seperti terlihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1
Data Keluhan Pelanggan Aplikasi Netflix (2023)

DATA KELUHAN PELANGGAN APLIKASI NETFLIX (2023)						
Bulan	Keluhan					TOTAL
	Harga Mahal	Aplikasi Error	Kualitas Video	Payment Problems	Film tidak lengkap & kurang update	
Januari	14	22	10	5	5	56
Februari	4	36	15	16	6	77
Maret	9	35	17	7	9	77
April	7	54	4	6	10	81
Mei	6	24	3	9	12	54
Juni	7	38	6	7	14	72
Juli	4	33	6	18	6	67
Agustus	8	44	9	10	8	79
September	20	61	12	17	7	117
Oktober	4	63	13	20	5	105
November	14	58	14	15	20	121
Jumlah	97	468	109	130	102	906

Sumber: Data Diolah dari aplikasi Netflix (Google Play Store, 2023)

Data pada Tabel 1.1 adalah keluhan-keluhan yang paling banyak disampaikan oleh pelanggan Netflix di Google Play Store. Terlihat bahwa dalam kurun waktu Januari sampai November 2023 keluhan pelanggan terhadap kualitas layanan Netflix relatif terus meningkat. Dari data tersebut diketahui bahwa aplikasi *error* adalah keluhan yang sering terjadi di setiap bulannya. Hal tersebut menunjukkan menurunnya kualitas pelayanan elektronik pada aplikasi Netflix yang menyebabkan jasa yang mereka gunakan tidak sesuai dengan harapan yang ditawarkan oleh Netflix, hal ini menunjukkan Tingkat kepuasan yang menurun. Tidak jarang dalam ulasanya pelanggan menyebutkan ingin berhenti berlangganan Netflix dan berpindah ke aplikasi sejenis lainnya (Aplikasi Netflix Google PlayStore, 2023). Kondisi ini merugikan Netflix karena pelanggan mereka yang seharusnya loyal bisa

berpindah ke aplikasi sejenis lainnya. Untuk itu Netflix perlu memperhatikan loyalitas pelanggannya.

Menurut Hasan (2015) loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kepuasan pelanggan, kualitas produk atau jasa, *E-Service Quality*, nilai yang dirasakan, kepercayaan, relasional pelanggan, biaya peralihan, dan dependabilitas. Loyalitas pelanggan tercipta ketika pelanggan merasa puas atau adanya keseusaian harapan dengan realita. Untuk mencapai kepuasan tersebut Netflix perlu memperhatikan hal-hal yang telah dikeluhkan oleh pelanggannya seperti *e-service quality* pada aplikasi dan *website* Netflix. Menurut Zeithaml et al., (2018) *e-service quality* merupakan suatu proses konsumen dalam mengevaluasi kualitas layanan secara elektronik yang diberikan sudah sesuai dan memenuhi harapan konsumen atau tidak, hal tersebut termasuk dianggap penting karena dapat mempengaruhi suatu keberhasilan perusahaan yang berbasis teknologi internet. Jika pelanggann mendapatkan kualitas layanan yang baik, mudah, dan aman tanpa pelanggan akan merasa nyaman dan cenderung memilih untuk terus berlangganan aplikasi Netflix tanpa harus datang ke bioskop atau pun beralih ke aplikasi lain. Faktor penting lainnya yang juga perlu untuk diperhatikan yaitu harga. Sebelum melakukan pembelian, pelanggan tentu akan mempertimbangkan terlebih dahulu manfaat serta kualitas barang atau jasa yang akan dibeli dan cenderung membandingkan produk dengan aplikasi sejenis lainnya.

Tabel 1. 2
PERBANDINGAN HARGA VOD DI INDONESIA

Konten	Aplikasi VoD								
	Netflix	Amazon Prime	iFlix	Viu	Vidio	HBO GO	Apple TV	Catchplay	Genflix
Film/ Serial Orisinal	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Film /Serial TV Barat	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Drama Korea	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Film Indonesia	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓
Film India	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗
Sepakbola	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗
Anime	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✓
Dokumenter	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✗
Maksimal Jumlah Perangkat Terhubung	4	3	5	5	1	2	3	3	3
Platform	Browser, web, android, iOS								
Biaya Langganan Per Bulan (Mulai dari)	Rp 54.000 (Paket Ponsel)	Rp 85.000	Rp 39.000	Rp 30.000	Rp 19.000	Rp 60.000	Rp 69.000	Rp 45.000	Rp 49.000

Sumber: Technasia

Keterangan:

- ✓ Konten tersedia di aplikasi
- ✗ Konten tidak tersedia di aplikasi

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa Netflix merupakan salah satu VoD yang memiliki harga langganan per bulan yang cukup mahal. Netflix mematok harga beragam dan menyesuaikan dengan kualitas video yang ditawarkan, di paket *Mobile* dan paket *Basics* yang hanya bisa diakses di satu perangkat dengan harga Rp 54.000 per bulan dan Rp 120.000 per bulan. Paket lain dengan kualitas HD yang bisa digunakan di dua perangkat secara bersamaan yaitu paket *Standard* Rp 153.000 per bulan dan paket *Premium* dengan kualitas ultra HD yang bisa digunakan oleh empat perangkat sekaligus seharga Rp 186.000 per bulan. Sementara penyedia layanan VoD lainnya menawarkan harga yang lebih murah bahkan mulai dari Rp 10.000 sudah bisa berlangganan. Tingginya harga yang ditawarkan dengan tidak

sesuainya *e-service quality* yang didapat menimbulkan rasa ketidakpuasan sehingga pelanggan Netflix bisa dengan mudahnya kapan saja beralih ke aplikasi lain sejenis yang dianggap memiliki harga dan kualitas yang sesuai.

Loyalitas dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya *brand image* dan *e-trust* (Wilis & Nurwulandari, 2020) Desain dan lokasi (Fadli & Rahmadona, 2020), Harga, Harga, dan kualitas pelayanan (Anggraini & Budiarti, 2020), Lingkungan fisik (Hartanto & Andreani, 2019) Kualitas Informasi dan persepsi nilai (Vicramaditya, 2021), *E-service quality* (Wulansari & Wulandari, 2021). Beda penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini fokus ingin melihat kepuasan sebagai mediator bukan sebagai pengaruh langsung. Karena pelanggan butuh merasa puas sehingga harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan sehingga timbul rasa loyal kepada perusahaan. Selain itu penelitian ini juga menggunakan Netflix sebagai objek penelitian. Karena dengan kecanggihan teknologi saat ini masyarakat cenderung lebih menyukai hal-hal yang praktis, salah satunya yaitu menonton film dengan menggunakan aplikasi daripada menonton di bioskop dan televisi. Perusahaan riset dan survei *online* Populix (2022) melakukan survei “*Indonesian Video Entertainment on Demand Consumption*” terhadap 1.000 responden yang berlangganan layanan VoD di Indonesia, berdasarkan hasil survei tersebut DKI Jakarta menjadi kota dengan mayoritas pengguna layanan VoD di Indonesia, untuk itu peneliti memilih DKI Jakarta untuk dijadikan lokasi penelitian.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai harga dan *electronic service quality* aplikasi VoD Netflix demi terciptanya kepuasan pelanggan yang diharapkan akan menimbulkan loyalitas terhadap Netflix. Berdasarkan pemaparan teori dan data-data yang telah diuraikan

diatas, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Harga, *Electronic Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Serta Tinjauannya Dalam Sudut Pandang Islam (Studi pada Pelanggan Netflix di DKI Jakarta)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, harga, dan *electronic service quality* pada pelanggan Netflix?
2. Apakah harga dan *electronic service quality* dapat dijadikan model yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai faktor mediator pada pelanggan Netflix?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Netflix?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Netflix?
5. Apakah *electronic service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Netflix?
6. Apakah *electronic service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Netflix?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Netflix?
8. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara harga dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan Netflix?

9. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara *electronic service quality* dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan Netflix?
10. Bagaimana harga, *electronic service quality*, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan dalam sudut pandang Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah di jelaskan pada rumusan masalah, penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan pengaruh Harga dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi pada pelanggan Netflix di DKI Jakarta serta tinjauannya menurut sudut pandang Islam, tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, harga, dan *electronic service quality* pada pelanggan Netflix
2. Untuk mengetahui apakah harga dan *electronic service quality* dapat dijadikan model yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai faktor mediator pada pelanggan Netflix
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Netflix
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Netflix
5. Untuk mengetahui pengaruh *electronic service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Netflix
6. Untuk mengetahui pengaruh *electronic service quality* terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Netflix

7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Netflix
8. Untuk mengetahui peran kepuasan pelanggan dalam memediasi harga dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan Netflix
9. Untuk mengetahui peran kepuasan pelanggan dalam memediasi *electronic service quality* dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan Netflix
10. Untuk mengetahui peran harga, *electronic service quality*, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan dalam sudut pandang Islam

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan – tujuan tersebut, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Perkembangan ilmu pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan ilmu pengetahuan dalam pemasaran khususnya yang berkaitan dengan harga, *electronic service quality*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

b. Penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya sehingga dapat mengembangkan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan khususnya pada industri VoD (*video on demand*)

2. Manfaat Praktis

a. Pihak perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan Netflix dalam menentukan strategi lebih lanjut sehingga dapat menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

b. Pihak perusahaan lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai *benchmark* atau tolak ukur bagi perusahaan yang berada di industri VoD lainnya .