

SKRIPSI

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PADA LAYANAN *VIDEO ON DEMAND* NETFLIX DENGAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2* (UTAUT 2)
(Studi pada Mahasiswa S1 FEB ULM)**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana

Manajemen

Oleh:

MUHAMMAD IRFAN SURYA PUTRA

NIM: 1810312210053

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR LEGALITAS
ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PADA LAYANAN VIDEO ON
DEMAND NETFLIX DENGAN MODEL UNIFIED THEORY OF
ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2)
(STUDI PADA MAHASISWA SI FEB ULM)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Muhammad Irfan Surya Putra

NIM 1810312210053

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada 25 April 2024 dan dinyatakan
telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D
NIP. 19700913 200501 2 003

Penguji 1



Dr. RR Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si
NIP. 19730727 200112 2 001

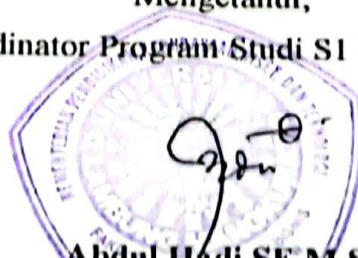
Penguji 2



M. Yudy Rachman, SE, MM
19821023 200501 1 001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen

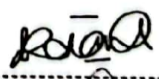
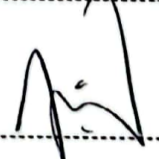



Abdul Hadi SE M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Irfan Surya Putra
NIM : 1810312210053
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Loyalitas Pelanggan Pada Layanan *Video on Demand* Netflix Dengan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)* (Studi Pada Mahasiswa S1 FEB ULM)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Ruang Ujian 1, Kamis 25 April 2024
Waktu Ujian : 14.30 WITA s/d selesai

TIM PENGUJI

Pembimbing : Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D ()
Penguji 1 : Dr. RR Yulianti Prihatingrum, SE, M.Si ()
Penguji 2 : M. Yudy Rachman, SE, MM ()

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Muhammad Irfan Surya Putra
NIM : 1810312210053
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Loyalitas Pelanggan Pada Layanan *Video on Demand* Netflix Dengan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)* (Studi Pada Mahasiswa S1 FEB ULM)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Ruang Ujian 1, Kamis 25 April 2024
Waktu Ujian : 14.30 s/d selesai

Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan.

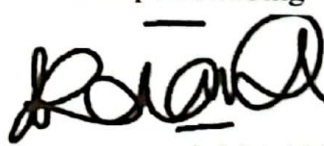
Banjarmasin, 08 Mei 2024

Mahasiswa



Muhammad Irfan Surya Putra
NIM 1810312210053

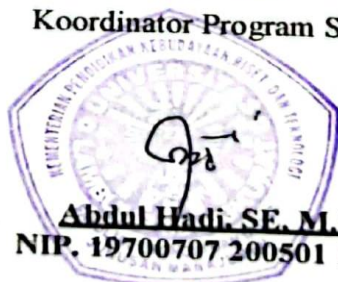
Dosen pembimbing



Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D
NIP. 19700913 200501 2 003

Mengetahui,

Koordinator Program Studi



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan *sesungguhnya*, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 13 Mei 2024



Muhammad Irfan Surya Putra
NIM 1810312210053

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas berkat dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Analisis Loyalitas Pelanggan Pada Layanan *Video on Demand* Netflix dengan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) (Studi Pada Mahasiswa S1 FEB ULM)". Skripsi ini ditulis untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan karena adanya bantuan baik secara moril maupun materiil dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada pihak yang telah membantu, yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE, M.Si, selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekbonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Gt. Rina Fariany, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan akademik kepada penulis selama perkuliahan.
5. Ibu Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan penuh kepada penulis dalam proses penulisan skripsi hingga selesai.

6. Ibu Dr. RR Yulianti Prihatiningrum SE, M.Si dan bapak M. Yudy Rachman SE, MM selaku Dosen Penguji yang telah membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.
8. Kedua orang tua yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan moril maupun materiil selama perkuliahan ini.
9. Keluarga besar HMJ-M FEB ULM khususnya Muhammad Rahil Afkar Gafar, Muhammad Ridho Ilham Hasibuan, Muhammad Syahroni, Chandra Setiadi, Refina Dara Nur Sagita dan Nanda Allysa Tresna Wardhani yang telah kebersamai penulis dalam proses berkembang meningkatkan *softskill* dan *hardskill*.
10. Keluarga besar BEM FEB ULM khususnya Muhammad Ridho Ilham Hasibuan, Dhila Oktaviani Putri, Nanda Allysa Tresna Wardhani dan Muhammad Tamjid yang telah kebersamai penulis dalam proses berkembang meningkatkan *softskill* dan *hardskill*.
11. Teman-teman Komisi 4 BBB (Bekawan, Bekumpulan, Beramian) yang telah memberikan semangat menyelesaikan skripsi ini.
12. Responden penelitian yang bersedia memberikan tanggapan kuisisioner.
13. Penulis sendiri, Muhammad Irfan Surya Putra yang telah berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Pihak-pihak terlibat yang tidak bisa disebutkan satu-persatu

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Banjarmasin, 13 Mei 2024

Peneliti,



Muhammad Irfan Surya Putra

NIM. 1810312210053

ABSTRACT

Putra (2024). *Analysis of customer loyalty on Netflix video on demand services using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) model (study of FEB ULM undergraduate students)*. Advisor: Laila Refiana Said.

This research was conducted to analyze customer loyalty to the Netflix bvideo on demand services using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) model (study of FEB ULM undergraduate students).

This research uses quantitative methods with the variable performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, behavioral intention and use behavior. The population in this research is FEB ULM undergraduate student who subscribe Netflix. The sampling technique in the research used purposive sampling with a sample size of 165 respondents. The data processed using the Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM) method with SmartPLS 3.0 software.

The research results show that performance expectancy, social influence and habit have a significant effect on behavioral intention, while effort expectancy, facilitating conditions, hedonic motivation, price value do not have a significant effect on behavioral intention. Habit has a significant effect on use behavior, while facilitating conditions and behaviora intention do not have a significant effect on use behavior.

Keyword: UTAUT 2, video on demand, Netflix

ABSTRAK

Putra (2024). Analisis loyalitas pelanggan pada layanan *video on demand* Netflix dengan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) (studi pada Mahasiswa S1 FEB ULM). Pembimbing: Laila Refiana Said.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis loyalitas pelanggan pada layanan *video on demand* Netflix dengan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) (studi pada Mahasiswa S1 FEB ULM).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *behavioral intention*, dan *use behavior*. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa S1 FEB ULM yang berlangganan Netflix. Teknik *sampling* dalam penelitian menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 165 responden. Data di olah menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Model* (PLS-SEM) dengan software SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *social influence* dan *habit* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sedangkan *effort expectancy*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. *Habit* berpengaruh terhadap *use behavior*, sedangkan *facilitating conditions* dan *behavioral intention* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*.

Kata kunci: UTAUT 2, *video on demand*, Netflix

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa proposal skripsi ini merupakan hasil saya sendiri. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Proposal skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 13 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Irfan Surya Putra

NIM. 1810312120003

DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI.....	i
LEMBAR LEGALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK.....	ix
SURAT PERNYATAAN	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktisi	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
2.1.2 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i> ..	13
2.1.3 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)</i>	15
2.1.4 <i>Performance Expectancy</i>	16
2.1.5 <i>Effort Expectancy</i>	18

2.1.6	<i>Social Influence</i>	18
2.1.7	<i>Facilitating Conditions</i>	19
2.1.8	<i>Hedonic Motivation</i>	20
2.1.9	<i>Price Value</i>	21
2.1.10	<i>Habit</i>	21
2.1.11	<i>Behavioral Intention</i>	22
2.1.12	<i>Use Behavior</i>	23
2.2	Hasil Penelitian Sebelumnya	25
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS		29
3.1	Kerangka Konseptual	29
3.2	Hipotesis Penelitian	30
BAB IV METODE PENELITIAN		35
4.1	Ruang Lingkup Metode Penelitian	35
4.2	Jenis Penelitian	35
4.3	Tempat/Lokasi Penelitian	35
4.4	Unit Analisis	36
4.5	Populasi dan Sampel Penelitian	36
4.6	Definisi Operasional Variabel	38
4.7	Teknik Pengumpulan Data	47
4.8	Teknik Analisis Data	47
4.8.1	Uji Validitas Konvergen	49
4.8.2	Uji Validitas Diskriminan	49
4.8.3	Uji Reliabilitas	50
4.8.4	Uji <i>R-Squared</i> (R^2)	50
4.8.5	Uji <i>si</i>	51
4.8.6	Uji <i>Outlier</i>	51
BAB V HASIL PENELITIAN		52
5.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
5.2	Karakteristik Responden Penelitian	52
5.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
5.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
5.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	54

5.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan (Uang Saku/Bulanan).....	54
5.3	Analisis Deskripti Jawaban Responden	55
5.3.1	<i>Performance Expectancy</i>	55
5.3.2	<i>Effort Expectancy</i>	57
5.3.3	<i>Social Influence</i>	58
5.3.4	<i>Facilitating Conditions</i>	59
5.3.5	<i>Hedonic Motivation</i>	60
5.3.6	<i>Price Value</i>	61
5.3.7	<i>Habit</i>	62
5.3.8	<i>Behavioral Intention</i>	63
5.3.9	<i>Use Behavior</i>	64
5.4	Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen	65
5.4.1	<i>Convergent Validity</i>	65
5.4.2	<i>Discriminant Validity</i>	68
5.4.3	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	69
5.4.4	<i>Composite Reliability</i>	69
5.5	Hasil Pengujian Hipotesis	70
5.5.1	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	71
5.5.2	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	72
5.5.3	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	72
5.5.4	Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> ..	72
5.5.5	Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Use Behavior</i>	73
5.5.6	Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	73
5.5.7	Pengaruh <i>Price Value</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	73
5.5.8	Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	74
5.5.9	Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Use Behavior</i>	74
5.5.10	Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> terhadap <i>Use Behavior</i>	74
5.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
5.6.1	<i>Performance expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>	75

5.6.2	<i>Effort expectancy</i> tidak berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> ..	76
5.6.3	<i>Social influence</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>	76
5.6.4	<i>Facilitating conditions</i> tidak berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>	77
5.6.5	<i>Facilitating conditions</i> tidak berpengaruh terhadap <i>use behavior</i> ..	78
5.6.6	<i>Hedonic motivation</i> tidak berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>	79
5.6.7	<i>Price value</i> tidak berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>	80
5.6.8	<i>Habit</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>	82
5.6.9	<i>Habit</i> berpengaruh terhadap <i>use behavior</i>	83
5.6.10	<i>Behavioral intention</i> tidak berpengaruh terhadap <i>use behavior</i>	84
5.7	Implikasi Hasil Penelitian	85
5.7.1	Implikasi Teoritis	85
5.7.2	Implikasi Praktis	88
5.8	Keterbatasan Penelitian	91
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		92
6.1	Kesimpulan.....	92
6.2	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA		94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penetrasi Internet Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Platform <i>Streaming</i> Video di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	12
Gambar 2.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	13
Gambar 2.3 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)....	15
Gambar 2.4 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> (UTAUT 2)	16
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 5.1 Hasil PLS-Algorithm.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	25
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4. 2 Evaluasi Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	48
Tabel 4. 3 Evaluasi Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	48
Tabel 5.1 Jenis Kelamin.....	53
Tabel 5.2 Usia	53
Tabel 5.3 Program Studi	54
Tabel 5.4 Pendapatan (Uang Saku/Bulanan)	54
Tabel 5. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Performance Expectancy</i> .	56
Tabel 5. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Effort Expectancy</i>	57
Tabel 5. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Social Influence</i>	58
Tabel 5. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	59
Tabel 5. 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	61
Tabel 5. 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Price Value</i>	62
Tabel 5. 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Habit</i>	63
Tabel 5. 12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Behavioral Intention</i>	64
Tabel 5. 13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Use Behavior</i>	65
Tabel 5. 14 Hasil <i>Loading Factor</i>	66
Tabel 5. 15 Hasil <i>Cross Loading</i>	68
Tabel 5. 16 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	69
Tabel 5. 17 Hasil <i>Composite Reliability</i>	70
Tabel 5. 18 Hasil Nilai <i>R-Square</i>	70
Tabel 5. 19 Hasil <i>Path Coeffiencient</i>	71