

Peran Habit dan Individual Mobility terhadap Continuance Intention Layanan Subscription Video On Demand di Indonesia = Video on Demand in Indonesia Habit and Perceived Usefulness Continuance Intention Subscription Service

Mangunsong, Elisabet Patrisia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920549017&lokasi=lokal>

Abstrak

Di tengah populernya Subscription Video On Demand (SVOD), industri ini ternyata juga memiliki tantangan. Tingginya tingkat churn rate dan juga banyaknya pemain di Industri SVOD membuat para penyedia layanan harus membuat strategi agar terus diminati oleh konsumen. Konsumen yang berkontribusi besar dalam tingginya churn rate adalah konsumen gen y dan gen z atau bisa disebut juga generasi digital natives. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana faktor-faktor yang terdapat dalam model Expectancy Confirmation Model dapat mempengaruhi Continuance Intention dari pengguna Subscription Video On Demand (SVOD). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan desain cross sectional. Responden dalam penelitian ini berjumlah 159 responden yang merupakan pengguna aktif SVOD. Hasil penelitian menemukan bahwa confirmation dan individual mobility berpengaruh signifikan terhadap perceived usefulness. Confirmation, perceived usefulness, perceived enjoyment juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap satisfaction. Lalu satisfaction, perceived usefulness dan habit terbukti signifikan sebagai prediktor dari continuance intention. Pengaruh dari individual mobility dan perceived enjoyment terhadap continuance intention tidak terbukti signifikan. Secara praktis, penelitian ini berkontribusi dalam memberikan gambaran kepada penyedia layanan SVOD untuk menciptakan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan habit dan juga kepuasan konsumen. Dari sisi akademis, penelitian ini mengkombinasikan 2 model dari penelitian terdahulu sehingga model dan variabel yang digunakan lebih komprehensif dalam menjelaskan variabel-variabel prediktor dari continuance intention.

.....In the midst of the rising popularity of Subscription Video On Demand (SVOD), the industry faces significant challenges. The high churn rate and the abundance of competitors in the SVOD industry necessitate that service providers develop strategies to maintain consumer interest. Consumers who significantly contribute to the high churn rate are Generation Y and Generation Z, also known as digital natives. This study aims to analyze how factors within the Expectancy Confirmation Model can influence the Continuance Intention of SVOD users. This descriptive study employs a cross-sectional design. The respondents of this study consist of 159 active SVOD users. The findings reveal that confirmation and individual mobility significantly influence perceived usefulness. Additionally, confirmation, perceived usefulness, and perceived enjoyment significantly affect satisfaction. Furthermore, satisfaction, perceived usefulness, and habit are significant predictors of continuance intention. However, the influence of individual mobility and perceived enjoyment on continuance intention is not significant. Practically, this study provides insights for SVOD service providers to develop marketing strategies that enhance consumer habit and satisfaction. Academically, this study combines two models from previous research, making the model and variables used more comprehensive in explaining the predictors of continuance intention.