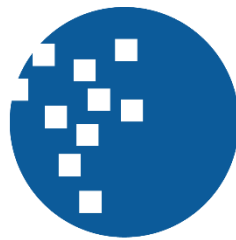


**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
*INTENTION TO USE STREAMING VIDEO ON DEMAND
SERVICES: TELAAH PADA CALON PELANGGAN GOPLAY***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
(S.M.)

Nathasya Barbie Liudianto

00000042289

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
*INTENTION TO USE STREAMING VIDEO ON DEMAND
SERVICES: TELAAH PADA CALON PELANGGAN GOPLAY***



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
(S.M.)

Nathasya Barbie Liudianto

00000042289

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nathasya Barbie Liudianto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042289

Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *INTENTION TO USE STREAMING VIDEO ON DEMAND SERVICES*: TELAAH PADA CALON PELANGGAN GOPLAY

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 14 Desember, 2022

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Nathasya Barbie Liudianto

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *INTENTION TO USE STREAMING VIDEO ON DEMAND SERVICES*: TELAAH PADA CALON PELANGGAN GOPLAY

Oleh

Nama : Nathasya Barbie Liudianto
NIM : 00000042289
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 22 Desember 2022
Pukul 08.00 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par, M.M, CSCP
0312087404

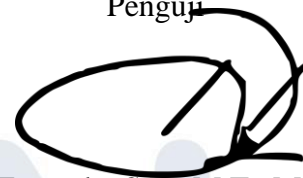
Pembimbing 1



Purnamaningsih, S.E., M.S.M
0323047801

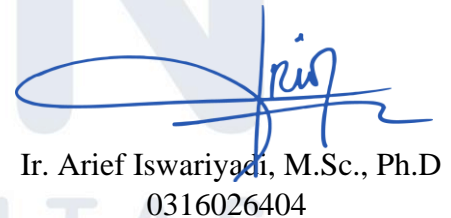
Ketua Program Studi Manajemen

Penguji

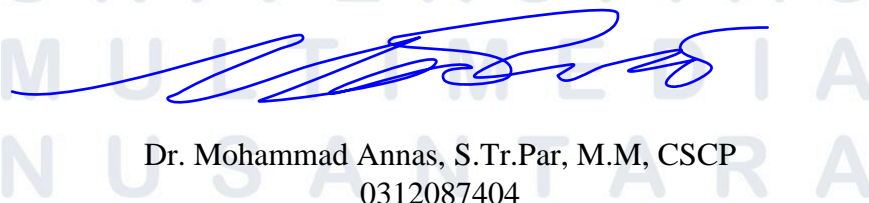


Dr. Hendy Tannady, S.T., M.T., M.M., M.B.A.
0318038702

Pembimbing 2



Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D
0316026404



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par, M.M, CSCP
0312087404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nathasya Barbie Liudianto
NIM : 00000042289
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : *~~Tesis/Skripsi/Tugas Akhir~~ (*coret salah satu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *INTENTION TO USE STREAMING VIDEO ON DEMAND SERVICES*: TELAAH PADA CALON PELANGGAN GOPLAY

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 14 Desember 2022

Yang menyatakan,



Nathasya Barbie Liudianto

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan tugas akhir/skripsi/tesis ini dengan judul:
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENTION TO USE STREAMING VIDEO ON DEMAND SERVICES: TELAAH PADA CALON PELANGGAN GOPLAY

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata I Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., Sos. M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par.,M.M., CSCP, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E.,M.S.M sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini dengan tepat waktu. Terima kasih untuk segala ilmu dan waktu yang diberikan untuk membimbing penulis selama proses bimbingan skripsi.
5. Bapak Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Bapak Dr. Hendy Tannady, S.T., M.T., M.M., M.B.A. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan, pengetahuan tambahan, serta motivasi moral yang membantu penulis dalam menyempurnakan skripsi.

7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang sedia memberikan banyak ilmu, motivasi, dan masukan kepada penulis
8. Keluarga penulis yang memberikan motivasi, pesan moral, dan segala kebutuhan penulis yang dibutuhkan selama proses penulisan skripsi.
9. Geudentius Argoragil Khrisnamurti, yang selalu menyediakan waktu dan tenaganya untuk membantu penulis dalam proses penulisan skripsi, dan memberikan motivasi hingga hiburan yang mampu membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
10. Herdiana Devia Salsabila dan Dhiajeng Intan selaku sahabat penulis yang selalu membantu dan memberi motivasi semangat dalam proses penulisan skripsi. Terima kasih untuk waktu dan tenaga untuk membantu penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan baik dalam penyusunan, maupun pelafalan dalam laporan skripsi ini. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, sehingga kelak penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik di masa yang akan datang

Tangerang, 14 Desember 2022



Nathasya Barbie Liudianto

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *INTENTION TO USE STREAMING VIDEO ON DEMAND SERVICES*: TELAAH PADA CALON PELANGGAN GOPLAY

Nathasya Barbie Liudianto

ABSTRAK

Memasuki era digitalisasi 4.0 ditandai dengan adanya perkembangan internet salah satunya dalam dunia hiburan seperti munculnya layanan *Streaming Video On Demand* (SVOD). SVOD merupakan layanan televisi interaktif yang dapat disaksikan lewat internet. SVOD menjadi salah satu hiburan yang kian diminati masyarakat, terutama oleh anak muda. Salah satu layanan SVOD yang belum lama muncul yakni GoPlay. GoPlay merupakan aplikasi penyedia layanan *Streaming Video On Demand* yang serupa dengan aplikasi *streaming* lainnya, GoPlay merupakan aplikasi luncuran asal Indonesia yang dirilis oleh platform ternama di Indonesia yaitu GoJek. Namun GoPlay belum mampu menyaingi beberapa platform lain dari sisi jumlah pengguna. Secara garis besar ada beberapa kompetitor yang belum bisa disaingi oleh GoPlay dari sisi jumlah pengguna, yaitu Netflix, Disney+ Hotstar, dan Viu. Dari fenomena tersebut, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengguna aplikasi GoPlay. Terdapat sembilan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini. Data akan dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan perangkat SMARTPLS 3.2.9. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Compatibility* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Ease of Use*, *Relative Advantage* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*, *Accessibility* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Ease of Use* dan juga *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Safety* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude* dan *Perceived Performance Risk* memiliki pengaruh negatif terhadap *attitude*. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Attitude* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Use* aplikasi GoPlay.

Kata kunci: *Streaming Video On Demand*, *GoPlay*, *Intention to Use*

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *INTENTION TO USE STREAMING VIDEO ON DEMAND SERVICES*: TELAAH PADA CALON PELANGGAN GOPLAY

Nathasya Barbie Liudianto

ABSTRACT (English)

Entering the era of digitalization 4.0 is marked by the development of the internet, one of which is in the world of entertainment, such as the emergence of Streaming Video On Demand (SVOD) services. SVOD is an interactive television service that can be watched via the internet. SVOD is one of the forms of entertainment that is increasingly in demand by the public, especially young people. One of the SVOD services that recently appeared is GoPlay. GoPlay is an application that provides Streaming Video On Demand services which is similar to other streaming applications, GoPlay is an application launched in Indonesia which was released by a well-known platform in Indonesia, namely GoJek. However, GoPlay has not been able to compete with several other platforms in terms of the number of users. Broadly speaking, there are several competitors that GoPlay cannot compete with in terms of the number of users, namely Netflix, Disney+ Hotstar, and Viu. From this phenomenon, therefore this research aims to increase the number of GoPlay application users. There are nine hypotheses to be tested in this study. Data will be analyzed using the Structural Equation Model (SEM) with the SMARTPLS 3.2.9 tool. The results of this study indicate that Compatibility has a positive influence on Perceived Ease of Use, Relative Advantage has a positive influence on Perceived Usefulness, Accessibility has a positive influence on Perceived Ease of Use and also Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Safety have a positive influence towards Attitude and Perceived Performance Risk have a negative influence on attitude. And the results of this study indicate that Attitude has a positive influence on the Intention to Use the GoPlay application.

Keywords: Streaming video-on-demand, GoPlay, Intention to Use

DAFTAR ISI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI <i>INTENTION TO USE STREAMING VIDEO ON DEMAND SERVICES</i>: TELAAH PADA CALON PELANGGAN GOPLAY	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	18
1.3 Tujuan Penelitian	22
1.4 Manfaat Penelitian	23
1.5 Batasan Penelitian	23
1.6 Sistematika Penulisan	24
BAB II LANDASAN TEORI	26
2.1 Tinjauan Teori.....	26

2.1.1	<i>Video On Demand (SVOD)</i>	26
2.1.2	<i>Subscription Video On Demand</i>	26
2.1.3	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	27
2.1.4	<i>Compatibility</i>	28
2.1.5	<i>Relative Advantage</i>	29
2.1.6	<i>Accessibility</i>	30
2.1.7	<i>Perceived Ease of Use</i>	30
2.1.8	<i>Perceived Usefulness</i>	31
2.1.9	<i>Perceived Performance Risk</i>	31
2.1.10	<i>Perceived Safety</i>	32
2.1.11	<i>Attitude</i>	33
2.1.12	<i>Intention to Use</i>	34
2.2	Model Penelitian	34
2.3	Pengembangan Hipotesis	35
2.3.1	Pengaruh <i>Compatibility</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> to <i>Streaming Video On Demand</i>.	35
2.3.2	Pengaruh <i>Relative Advantage</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> to <i>Streaming Video On Demand</i>.	36
2.3.3	Pengaruh <i>Accessibility</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> to <i>Streaming Video On Demand</i>.	37
2.3.4	Pengaruh <i>Accessibility</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> to <i>Streaming Video On Demand</i>.	37
2.3.6	Pengaruh <i>Perceived Safety</i> terhadap <i>Attitude</i> to <i>Streaming Video On Demand</i>.	39
2.3.7	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Attitude</i> to <i>Streaming Video On Demand</i>.	40
2.3.8	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude</i> to <i>Streaming Video On Demand</i>.	40
2.3.9	Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Intention to Use Streaming Video On Demand</i>	41
2.4	Penelitian Terdahulu	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		48
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	48

3.2 Desain Penelitian	52
3.2.1 Jenis Penelitian	52
3.2.2 Research Data	54
3.3 Ruang Lingkup Penelitian	55
3.3.1 Target Populasi dan Sampling Unit	55
3.3.2 Sampling Frame	56
3.3.4 Sampling Techniques	56
3.3.5 Sample Size	59
3.4 Prosedur Penelitian	59
3.4.1 Periode Penelitian	59
3.4.2 Pengumpulan Data	59
3.5 Identifikasi Variabel Penelitian	60
3.5.1 Variabel Eksogen	60
3.5.2 Variabel Endogen	60
3.5.3 Variabel Teramati	60
3.6 Operasionalisasi Variabel	61
3.7 Teknik Pengolahan Analisis Data	65
3.7.1 Uji Pretest	65
3.7.2 Uji Instrumen	65
3.7.3 Structural Equation Model (SEM)	70
3.8. Uji Hipotesis	73
3.8.1 Testing Structural Relationship	73
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	75
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	75
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	77
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Profesi	78
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Kegemaran Menggunakan Layanan Streaming Video On Demand	79

4.1.6 Profil Responden Berdasarkan Seberapa Sering Menonton Film Menggunakan Layanan <i>Streaming Video On Demand</i>	80
4.1.7 Profil Responden Berdasarkan Berapa Lama Waktu Yang Digunakan Untuk Menonton Dalam Sehari.....	81
4.1.8 Profil Responden Berdasarkan Biaya Anggaran dalam Berlangganan SVOD	82
4.2 Analisis Deskriptif	83
4.2.1 Penilaian terhadap Variabel <i>Compatibility</i>	83
4.2.2 Penilaian terhadap Variabel <i>Relative Advantages</i>	85
4.2.3 Penilaian terhadap Variabel <i>Accessibility</i>	86
4.2.4 Penilaian terhadap Variabel <i>Perceived Performance Risk</i>	88
4.2.5 Penilaian terhadap Variabel <i>Perceived Safety</i>	89
4.2.6 Penilaian terhadap Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	90
4.2.7 Penilaian terhadap Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	92
4.2.8 Penilaian terhadap Variabel <i>Attitude</i>	93
4.2.9 Penilaian terhadap Variabel <i>Intention to Use</i>	96
4.3 Uji Instrumen.....	97
4.3.1 Uji Validitas <i>Pre-test</i>	97
4.3.2 Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	99
4.4 Uji Hipotesis.....	100
4.4.1 Hasil Uji <i>Outer Model</i>	100
4.4.2 Hasil Uji <i>Inner Model (Structural Model)</i> dan Uji Hipotesis	106
4.5 Interpretasi Model.....	117
4.5.1 Pengaruh Variabel <i>Compatibility</i> terhadap variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	117
4.5.2 Pengaruh Variabel <i>Relative Advantage</i> terhadap variabel <i>Perceived Usefulness</i>	118
4.5.3 Pengaruh Variabel <i>Accessibility</i> terhadap variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	119
4.5.4 Pengaruh Variabel <i>Accessibility</i> terhadap variabel <i>Perceived Usefulness</i>	119
4.5.5 Pengaruh Variabel <i>Perceived Performance Risk</i> terhadap variabel <i>Attitude</i>	120

4.5.6 Pengaruh Variabel <i>Perceived Safety</i> terhadap variabel <i>Attitude</i> .	121
4.5.7 Pengaruh Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap variabel <i>Attitude</i> .	122
4.5.8 Pengaruh Variabel <i>Perceived Usefulness</i> terhadap variabel <i>Attitude</i> .	123
4.5.9 Pengaruh Variabel <i>Attitude</i> terhadap variabel <i>Intention to Use</i> .	124
4.6 Implikasi Manajerial.....	124
4.6.1 Upaya dalam menguatkan efek <i>Compatibility</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	124
4.6.2 Upaya dalam menguatkan efek <i>Relative Advantage</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	126
4.6.3 Upaya dalam menguatkan efek <i>Accessibility</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	127
4.6.4 Upaya dalam menguatkan efek <i>Perceived Performance Risk</i> terhadap <i>Attitude</i>	128
4.6.5 Upaya dalam menguatkan efek <i>Perceived Safety</i> terhadap <i>Attitude</i>	129
4.6.6 Upaya dalam menguatkan efek <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Attitude</i>	132
4.6.7 Upaya dalam menguatkan efek <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude</i>	133
4.6.8 Upaya dalam menguatkan efek <i>Attitude</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	135
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	136
5.1 Kesimpulan	136
5.2 Saran.....	140
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	140
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	142
DAFTAR PUSTAKA.....	143
LAMPIRAN.....	153

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	61
Tabel 3.2 Syarat Pretest.....	66
Tabel 3.3 Syarat Validitas	68
Tabel 3.4 Syarat-syarat <i>Reliability</i>	70
Tabel 4.1 Interval Kelas	83
Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Compatibility</i>	83
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Relative Advantage</i> ..	85
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Accessibility</i>	86
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Performance Risk</i>	88
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Safety</i>	89
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	90
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	92
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Attitude</i>	93
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Intention to Use</i>	96
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Pre-test</i>	97
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	99
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Convergent Validity Main-Test</i>	102
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Convergent Validity Main-Test</i>	102
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Discriminant Validity Main-test</i>	103
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion Main-Test</i>	105
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Boostraping Main-test</i>	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Populasi pengguna internet di setiap Negara	2
Gambar 1. 2 Peningkatan penggunaan internet berdasarkan usia.....	3
Gambar 1. 3 <i>Device</i> yang digunakan untuk mengakses internet	4
Gambar 1. 4 Alasan penggunaan internet	5
Gambar 1. 5 Waktu penggunaan Internet di Indonesia.....	6
Gambar 1. 6 Alasan orang menggunakan layanan SVOD.....	8
Gambar 1. 7 Frekuensi konsumen menggunakan layanan SVOD.....	9
Gambar 1. 8 Perbandingan layanan <i>Streaming Video On Demand</i> (SVOD).....	10
Gambar 1. 9 SVOD Global Revenue	11
Gambar 1. 10 Durasi penggunaan SVOD dalam berbagai platform.....	12
Gambar 1. 11 Genre film yang paling diminati	13
Gambar 1. 12 Top SVOD yang paling banyak digunakan.....	14
Gambar 1. 13 Usia pengguna aplikasi <i>streaming video on-demand</i>	15
Gambar 1. 14 Ketertarikan konsumen terhadap aplikasi SVOD	15
Gambar 1. 15 Pengguna aplikasi <i>streaming video on-demand</i>	16
Gambar 1. 16 Masyarakat yang menggunakan aplikasi SVOD GoPlay.....	16
Gambar 1. 17 Pengguna aplikasi SVOD GoPlay.....	17
Gambar 2.1 Model Penelitian	35
Gambar 3.1 Logo Goplay.....	48
Gambar 3.2 Film tayangan GoPlay.....	49
Gambar 3.3 Harga berlangganan berbagai aplikasi SVOD	50
Gambar 3.4 Biaya berlangganan GoPlay	50
Gambar 3.5 Fitur-fitur GoPlay	51
Gambar 3.6 Jenis Penelitian.....	54
Gambar 4.1 Data Profil Responden Berdasarkan Usia	76
Gambar 4.2 Data Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
Gambar 4.3 Data Profil Responden Berdasarkan Domisili	77
Gambar 4.4 Data Profil Responden Berdasarkan Profesi	78
Gambar 4.5 Data Profil Responden Berdasarkan Kegemaran Pengguna SVOD .	79
Gambar 4.6 Data Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton SVOD ...	80

Gambar 4.7 Data Profil Responden Berdasarkan Waktu Menonton Dalam Sehari	81
Gambar 4.8 Data Profil Responden Berdasarkan Anggaran Berlangganan SVOD	82
Gambar 4.9 <i>Path Coefficient</i> Uji Outer Model	101
Gambar 4.10 <i>Section</i> film berdasarkan film lokal dan Asia	125
Gambar 4.11 Exclusive Konten Aplikasi GoPlay	127
Gambar 4.12 Koleksi Film pada Aplikasi GoPlay	128
Gambar 4.13 Netflix <i>Open Connect</i>	129
Gambar 4.14 Sistem Keamanan Netflix.....	130
Gambar 4.15 Fitur Privacy Policy GoPlay.....	131
Gambar 4.16 Fitur Reset Password oleh aplikasi Netflix	132
Gambar 4.17 Fitur Pendukung Aplikasi GoPlay	133
Gambar 4.18 <i>Campaign</i> Aplikasi <i>GoPlay</i>	134
Gambar 4.19 <i>Diskon special GoPlay untuk calon pelanggan</i>	135

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Turnitin	153
Lampiran 1.2 Receipt Digital Turnitin.....	154
Lampiran 1.3 Jurnal Utama.....	155
Lampiran 1.4 Kuesioner Google Form	156
Lampiran 1.5 Bukti Konsultasi Bimbingan Skripsi I.....	173
Lampiran 1.6 Bukti Konsultasi Bimbingan Skripsi II	175
Lampiran 1.7 Hasil Olah Data <i>Pre-test</i>	177
Lampiran 1.8 Hasil Olah data Maintest SMARTPLS.....	190

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA