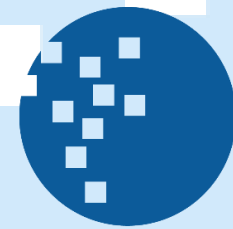


**PENGARUH FLEXIBILITY, CONTENT, PERCEIVED EASE OF  
USE DAN PERCEIVED PRICE TERHADAP SUBSCRIPTION  
INTENTION OVER THE TOP: STUDI PADA HBO GO**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SYARIF HIDAYAT**

**000000041558**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

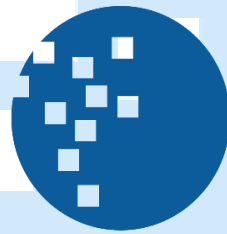
**TANGERANG**

**2023**

**1**

Pengaruh Flexibility, Content, Perceived Ease of Use, dan Perceived Price Terhadap Subscription Intention Over The Top: Studi pada HBO Go, Syarif hidayat, Universitas Multimedia Nusantara

**PENGARUH FLEXIBILITY, CONTENT, PERCEIVED EASE OF  
USE DAN PERCEIVED PRICE TERHADAP SUBSCRIPTION  
INTENTION OVER THE TOP: STUDI PADA HBO GO**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

**SYARIF HIDAYAT**

**000000041558**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

2

Pengaruh Flexibility, Content, Perceived Ease of Use, dan Perceived Price Terhadap  
Subscription Intention Over The Top: Studi pada HBO Go, Syarif hidayat, Universitas  
Multimedia Nusantara

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Syarif Hidayat

Nomor Induk Mahasiswa : 00000041558

Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH FLEXIBILITY, CONTENT, PERCEIVED EASE OF USE DAN  
PERCEIVED PRICE TERHADAP SUBSCRIPTION INTENTION OVER THE  
TOP: STUDI PADA HBO GO**

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, 6 Juni 2023



Syarif Hidayat

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH FLEXIBILITY, CONTENT, PERCEIVED EASE OF USE, DAN  
PERCEIVED PRICE TERHADAP SUBSCRIPTION INTENTION OVER THE TOP:  
STUDI PADA HBO GO**

Oleh

Nama : Syarif Hidayat  
NIM : 00000041558  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 06 Juni  
2023

Pembimbing 1



Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M

0306088501

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing 2



Dr. Florentina Kumiasari T., S.Sos., M.B.A.

0314047401



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

4

Pengaruh Flexibility, Content, Perceived Ease of Use, dan Perceived Price Terhadap  
Subscription Intention Over The Top: Studi pada HBO Go, Syarif hidayat, Universitas  
Multimedia Nusantara

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH FLEXIBILITY, CONTENT, PERCEIVED EASE OF USE, DAN  
PERCEIVED PRICE TERHADAP SUBSCRIPTION INTENTION OVER THE TOP:**

**STUDI PADA HBO GO**

Oleh

Nama : Syarif Hidayat

NIM : 00000041558

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 15 Juni 2023

Pukul 13.00 s.d 15.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji  
sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F

0708017601

Ketua Program Studi Manajemen

Penguji



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

0312087404

Pembimbing 1



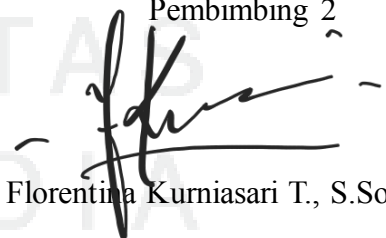
Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M

0306088501



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

Pembimbing 2



Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A.

0314047401

5

Pengaruh Flexibility, Content, Perceived Ease of Use, dan Perceived Price Terhadap  
Subscription Intention Over The Top: Studi pada HBO Go, Syarif hidayat, Universitas  
Multimedia Nusantara

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Syarif Hidayat

NIM : 00000041558

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul.

### **PENGARUH FLEXIBILITY, CONTENT, PERCEIVED EASE OF USE, DAN PERCEIVED PRICE TERHADAP SUBSCRIPTION INTENTION OVER THE TOP: STUDI PADA HBO GO**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 6 Juni 2023



Syarif Hidayat

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmat yang telah diberikan kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH FLEXIBILITY, CONTENT, PERCEIVED EASE OF USE, DAN PERCEIVED PRICE TERHADAP SUBSCRIPTION INTENTION OVER THE TOP: STUDI PADA HBO GO”** yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Strata 1 Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan maupun bimbingan dari berbagai pihak, sejak masa perkuliahan hingga masa penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono MA, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara dan Ketua Sidang Skripsi yang telah memberikan saran dan masukan berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.
4. Ibu Elissa Dwi Lestari, S.E., M.S.M, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Teman-teman di Universitas Multimedia Nusantara, yang selalu memberikan motivasi dan bantuan kepada penulis dalam kegiatan perkuliahan hingga penyelesaian pengerjaan tugas akhir.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat sebagai sumber informasi maupun sebagai sumber inspirasi bagi para pembaca

Tangerang, 6 Juni 2023



Syarif Hidayat

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA



## ABSTRAK

Layanan *Subscription Video on Demand* (SVOD) atau layanan *streaming* berbasis langganan adalah layanan dimana seseorang dapat memilih jenis tontonan yang mereka inginkan. SVOD menjadi salah satu kegiatan yang banyak digemari oleh banyak orang khususnya pada tahun 2023. HBO Go menjadi salah satu penyedia layanan SVOD di Indonesia dari banyaknya penyedia dengan jenis yang sama sejak pertama kali masuk pada bulan Februari 2020. Untuk saat ini, HBO Go berhasil masuk dalam urutan 5 besar penyedia layanan SVOD terbesar di Indonesia. Namun, tentunya ada beberapa tantangan yang perlu dihadapi untuk bisa bersaing dengan banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi keinginan orang untuk berlangganan. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus untuk menganalisa dan meneliti faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk berlangganan HBO Go. Maka dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif, non-probability sampling dengan melakukan penyebaran kuesioner dan mendapatkan total responden sebanyak 146 untuk dilakukan pengolahan data menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4. Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah *Flexibility*, *Content*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Price* memiliki pengaruh positif terhadap *Subscription Intention*, serta *Content* dan *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Price*. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi gambaran untuk HBO Go dan pelaku bisnis sejenis tentang faktor apa saja yang dapat mempengaruhi niat berlangganan dari pengguna layanan SVOD.

**Kata kunci:** Subscription Intention, SVOD, HBO Go.

## ***ABSTRACT***

*Subscription Video on Demand (SVOD) services or subscription-based streaming services are services where a person can choose the type of viewing they want. SVOD is one of the most popular activities for many people, especially in 2023. HBO Go has become one of the many providers of SVOD services in Indonesia of the same type since it first entered in February 2020. For now, HBO Go has made it into in the order of the top 5 largest SVOD service providers in Indonesia. However, of course there are some challenges that need to be faced to be able to compete with the many factors that can influence people's desire to subscribe. Therefore, this research will focus on analyzing and examining what factors can influence a person's desire to subscribe to HBO Go. So in this study, the authors used a quantitative descriptive method, non-probability sampling by distributing questionnaires and obtaining a total of 146 respondents for data processing using the SmartPLS version 4 application. The results of the research conducted were Flexibility, Content, Perceived Ease of Use, Perceived Price has a positive influence on Subscription Intention, and Content and Perceived Ease of Use have a positive influence on Perceived Price. With this research, it is hoped that it will provide an overview for HBO Go and similar businesses regarding what factors can influence the subscription intention of SVOD service users.*

***Keywords:*** *Subscription Intention, SVOD, HBO Go.*

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>1</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>3</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>4</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>5</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>6</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>7</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>9</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>10</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>11</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>15</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>16</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>17</b>
<b>1.1 Latar belakang penelitian</b> .....	<b>17</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>29</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian</b> .....	<b>31</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>32</b>
<b>1.5 Batasan Penelitian</b> .....	<b>32</b>
<b>1.6 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>33</b>
<b>1.6.1 Manfaat Akademis</b> .....	<b>33</b>
<b>1.6.2 Manfaat Praktis</b> .....	<b>33</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>35</b>
<b>2.1 Theory of Planned Behavior (TPB)</b> .....	<b>35</b>
<b>2.2 Technology Acceptance Model (TAM)</b> .....	<b>36</b>
<b>2.3 Flexibility</b> .....	<b>37</b>
<b>2.4 Content</b> .....	<b>38</b>

2.5 Perceived Ease of Use.....	39
2.6 Perceived Price.....	40
2.7 Subscription Intention.....	41
2.8 Model Penelitian .....	42
2.9 Hipotesis Penelitian .....	43
2.9.1 Pengaruh Flexibility terhadap Subscription Intention .....	43
2.8.2 Pengaruh Content terhadap Subscription Intention .....	44
2.8.3 Pengaruh Content terhadap Perceived Price .....	45
2.8.4 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Perceived Price .....	46
2.8.5 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Subscription Intention .....	47
2.8.6 Pengaruh Perceived Price terhadap Subscription Intention .....	48
2.10 Penelitian Terdahulu .....	49
<b>BAB III.....</b>	<b>55</b>
<b>3.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>55</b>
3.1.1    Sejarah Perusahaan .....	55
3.1.2    Visi dan Misi Perusahaan .....	56
3.2    Desain Penelitian .....	57
3.2.1    Research Data.....	60
3.2.2    Ruang Lingkup Penelitian.....	60
3.3    Prosedur Penelitian .....	67
3.3.1    Periode Penelitian.....	67
3.3.2    Sumber Pengumpulan Data .....	67
3.4    Identifikasi Variabel Penelitian .....	68
3.4.1    Variabel Independen .....	68
3.4.2    Variabel Dependen .....	68
3.5    Operasionalisasi Variabel .....	69
3.6    Teknik Analisis Data.....	73
3.6.1    Analisis Statistik Deskriptif.....	73

3.6.2 Uji Instrumen .....	73
3.6.3 Metode Analisis Data Sctructural Equation Model (SEM).....	76
<b>BAB IV .....</b>	<b>80</b>
<b>4.1 Deskripsi Hasil Penelitian .....</b>	<b>80</b>
<b>4.2 Analisis Deskriptif .....</b>	<b>88</b>
4.2.1 Flexibility .....	89
4.2.2 Content.....	91
4.2.3 Perceived Ease of Use .....	94
4.2.4 Perceived Price .....	95
4.2.5 Subscription Intention .....	97
<b>4.3 Uji Instrumen Pre-Test.....</b>	<b>99</b>
4.3.1 Uji Validitas Pre-Test .....	99
4.3.2 Uji Reliabilitas Pre-Test.....	100
<b>4.4 Hasil Analisis Structural Equation Model (SEM) .....</b>	<b>102</b>
4.4.1 Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	102
4.4.2 Uji Model Struktural (Inner Model) .....	109
<b>4.5 Uji Hipotesis.....</b>	<b>112</b>
<b>4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>117</b>
4.6.1 Hasil Uji Pengaruh Flexibility terhadap Subscription Intention .....	117
4.6.2 Hasil Uji Pengaruh Content terhadap Subscription Intention .....	118
4.6.3 Hasil Uji Pengaruh Conten terhadap Perceived Price .....	119
4.6.4 Hasil Uji Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Perceived Price	120
4.6.5 Hasil Uji Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Subscription Intention .....	121
4.6.6 Hasil Uji Pengaruh Perceived Price terhadap Subscription Intention .....	122
<b>4.7 Implikasi Manajerial.....</b>	<b>123</b>
4.7.1 Upaya Meningkatkan Efek Flexibility terhadap Subscription Intention .....	123

4.7.2 Upaya Meningkatkan Efek Content terhadap Subscription Intention .....	124
4.7.3 Upaya Meningkatkan Efek Content terhadap Perceived Price .....	125
4.7.4 Upaya Meningkatkan Efek Perceived Ease of Use terhadap Perceived Price .....	127
4.7.5 Upaya Meningkatkan Efek Perceived Ease of Use terhadap Subscription Intention .....	128
4.7.6 Upaya Meningkatkan Efek Perceived Price terhadap Subscription Intention .....	129
<b>BAB V</b> .....	<b>131</b>
5.1 Kesimpulan .....	131
5.2 Saran.....	133
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	133
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	136
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>138</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>148</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1 Perbandingan Aplikasi SVOD di Indonesia .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabel 1. 2 Brand Knowledge HBO Go di Indonesia .....</b>	<b>27</b>
<b>Tabel 1. 3 Layanan SVOD yang digunakan masyarakat Indonesia .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 3. 2 Tolak ukur Syarat Validitas .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabel 3. 3 Syarat Uji Validitas .....</b>	<b>77</b>
<b>Tabel 3. 4 Syarat Uji Reliabilitas .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 3. 5 Pengukuran Model Struktural .....</b>	<b>79</b>
<b>Tabel 4. 1 Skala Interval .....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 4. 2 Tabel Tanggapan Variabel Flexibility .....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 4. 3 Tabel Tanggapan Variabel Content.....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 4. 4 Tabel Tanggapan Variabel Perceived Ease of Use.....</b>	<b>94</b>
<b>Tabel 4. 5 Tabel Tanggapan Variabel Perceived Price .....</b>	<b>95</b>
<b>Tabel 4. 6 Tabel Tanggapan Variabel Subscription Intention .....</b>	<b>97</b>
<b>Tabel 4.7 Tabel Uji Validitas Pre-Test.....</b>	<b>99</b>
<b>Tabel 4. 8 Tabel Uji Reliabilitas Pre-Test .....</b>	<b>101</b>
<b>Tabel 4. 9 Hasil Uji Convergent Validity &amp; Reliability .....</b>	<b>104</b>
<b>Tabel 4. 10 Hasil Uji Cross Loadings Main-Test .....</b>	<b>106</b>
<b>Tabel 4. 11 Hasil Uji Fornell-Lacker Criterion Main-Test .....</b>	<b>108</b>
<b>Tabel 4. 12 R-square.....</b>	<b>110</b>
<b>Tabel 4. 13 f-square.....</b>	<b>111</b>
<b>Tabel 4. 14 Indirect Effects.....</b>	<b>112</b>
<b>Tabel 4. 15 Uji Hipotesis Berdasarkan Path Coefficient .....</b>	<b>113</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pangsa waktu online media sosial di dunia .....	18
Gambar 1. 2 Alasan Menggunakan Internet .....	19
Gambar 1. 3 Logo HBO Go.....	20
Gambar 1. 4 Jumlah pengguna HBO di Amerika Serikat .....	21
Gambar 1. 5 Fitur watchlist HBO .....	23
Gambar 1. 6 Peringkat SVOD di Indonesia 2021.....	25
Gambar 1. 7 Peringkat SVOD di Indonesia 2022.....	25
Gambar 2. 1 Theory of Planned Behavior Framework.....	36
Gambar 2. 2 Technology Acceptance Model Framework.....	37
Gambar 2. 3 Model Penelitian .....	42
Gambar 3. 1 Logo HBO Go.....	56
Gambar 3. 2 Klasifikasi Reseach Design.....	57
Gambar 3. 3 Sampling Design.....	61
Gambar 3. 4 Jenis Sampling.....	64
Gambar 3. 5 Sample Size .....	66
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	81
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	82
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Profesi.....	83
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	84
Gambar 4. 5 Frekuensi Penggunaan Layanan Dalam Seminggu .....	85
Gambar 4. 6 Frekuensi Penggunaan Layanan Dalam Sehari.....	86
Gambar 4. 7 Layanan SVOD yang Anda Gunakan.....	87
Gambar 4. 8 Hasil Uji Structural Equation Model.....	103
Gambar 4. 9 Hasil Uji Inner Model.....	109
Gambar 4. 10 Ilustrasi Kategori Konten .....	127