

BAB I

PENDAHULUAN

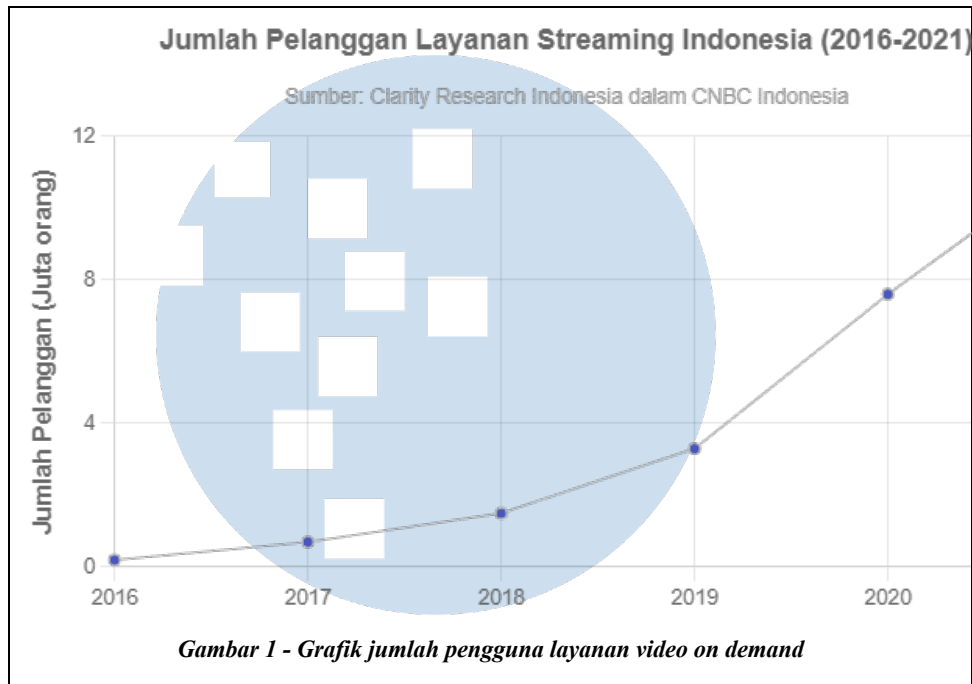
1.1 Latar Belakang Penelitian

Layanan streaming video di internet diprediksi akan menjadi bentuk hiburan video paling besar selanjutnya yang bisa menggeser posisi televisi dan layanan kabel (Parikshit et al., 2015). Hiburan mencakup segala hal yang dapat memberikan kesenangan dan meredakan stress. Kesibukan manusia saat ini menjadikan hiburan sebagai kebutuhan penting. Secara umum, hiburan bisa berupa film, musik, buku, atau bahkan olahraga. Salah satu jenis hiburan yang sangat digemari saat ini adalah yang memiliki elemen komedi di dalamnya (Makmur et al., 2022) Para ahli mengatakan bahwa film merupakan rekaman kenyataan yang berkembang di dalam masyarakat dan ditayangkan di layar. (Sobur, 2006 ; Rio, 2020).

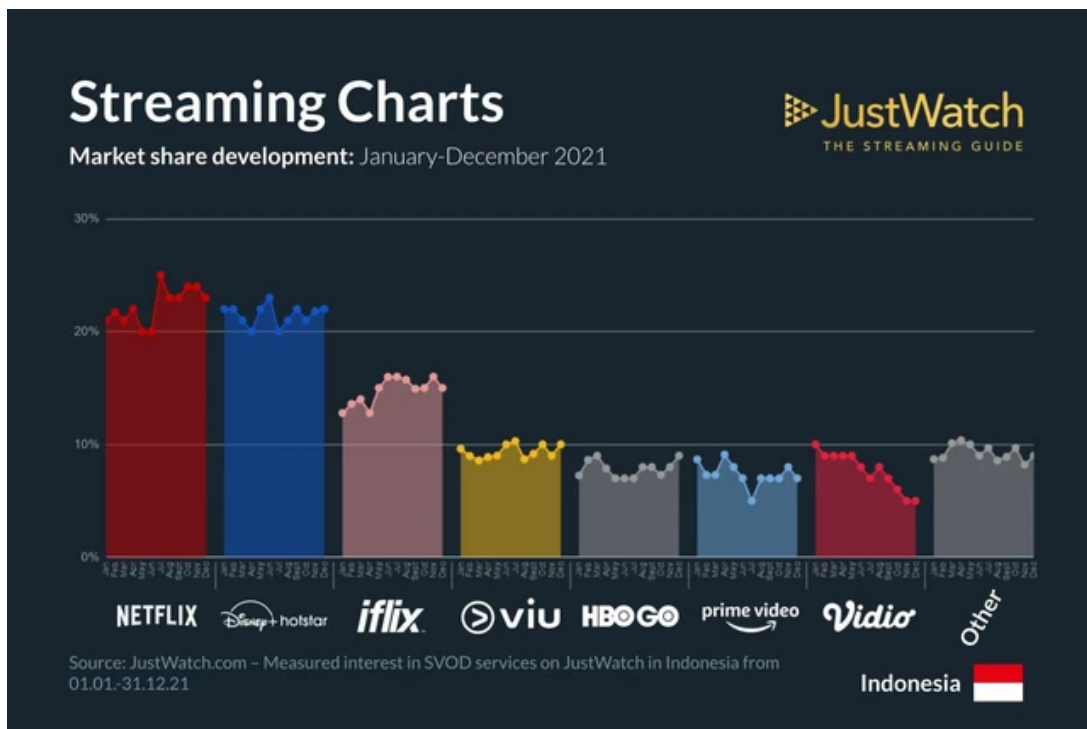
Mulanya, penikmat film menikmati tayangan kesayangan mereka melalui media bioskop. Namun, beberapa kerugian perlu dihadapi, seperti tidak fleksibelnya waktu menonton dan perlu berjalan menuju bioskop. Seluruh kekurangan tersebut dapat diselesaikan dengan adanya layanan *video on demand* (VOD). Video on demand adalah platform interaktif yang memungkinkan pengguna memilih dan menikmati konten atau tayangan yang tersedia melalui jejaring internet. Selain itu, memungkinkan pengguna mengunduh dan menikmati konten apa pun yang mereka inginkan (Priyambudi et., al 2013 : Algifari 2025). Sistem VOD memberi kesempatan kepada pengguna untuk memilih dan menonton video yang ingin diakses melalui jaringan sebagai bagian dari sistem yang interaktif. VOD bisa menggunakan metode streaming, unduh progresif, atau pengunduhan penuh. Selain itu, sistem VOD juga memberikan kewenangan kepada pengguna untuk melakukan kontrol, seperti menjeda, mempercepat, mundur cepat, maju lambat, dan mundur lambat (Priyambudi et al., 2013).

Dengan adanya keuntungan-keuntungan tersebut, maka ada potensi bahwa jumlah pengguna layanan VOD akan meningkat. Benar saja, berdasarkan sebuah

laporan yang dirilis oleh Clarity Research Indonesia, pada tahun 2016, jumlah pengguna *subscription video on demand* (SVOD) hanya sebanyak 200 ribu orang. Namun, pada tahun 2021, pada era terjadinya pandemi COVID-19, jumlah pengguna SVOD melesat menjadi 11,5 juta pelanggan. Terjadi kenaikan yang sangat signifikan, yaitu sebesar 5750%.



Dengan adanya peningkatan jumlah pengguna layanan *video on demand* ini, hal ini menandakan bahwa industri *video on demand* semakin bertambah subur, seiring dengan bertambahnya jumlah pelanggan video on demand.



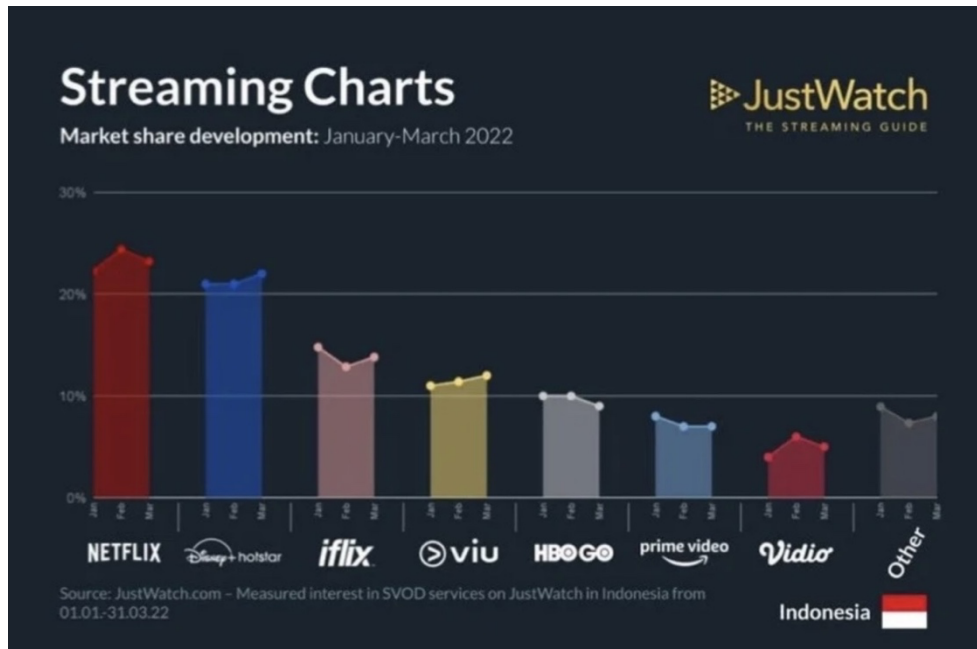
Gambar 2 - Streaming Chart Market Share SVOD di Indonesia 2021

Gambar tersebut menunjukkan perkembangan pangsa pasar layanan streaming (SVOD) di Indonesia selama Januari–Desember 2021 berdasarkan data dari JustWatch. Dari grafik tersebut terlihat perbandingan tingkat penggunaan berbagai platform streaming digital di Indonesia.

Platform dengan jumlah pengguna terbesar adalah Netflix dan Disney+ Hotstar yang memiliki pangsa pasar sekitar 20–23%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua layanan tersebut mendominasi pasar streaming di Indonesia. Di bawahnya terdapat iflix dengan pangsa pasar sekitar 13–16%, diikuti oleh Viu yang berada pada kisaran 8–10%.

Sementara itu, beberapa platform lain seperti HBO GO dan Vidio memiliki pangsa pasar yang relatif stabil di kisaran 7–10%. Berbeda dengan platform-platform tersebut, Prime Video terlihat memiliki jumlah pengguna yang lebih

rendah, yaitu sekitar 6–8%, bahkan cenderung mengalami fluktuasi yang tidak terlalu signifikan sepanjang tahun.



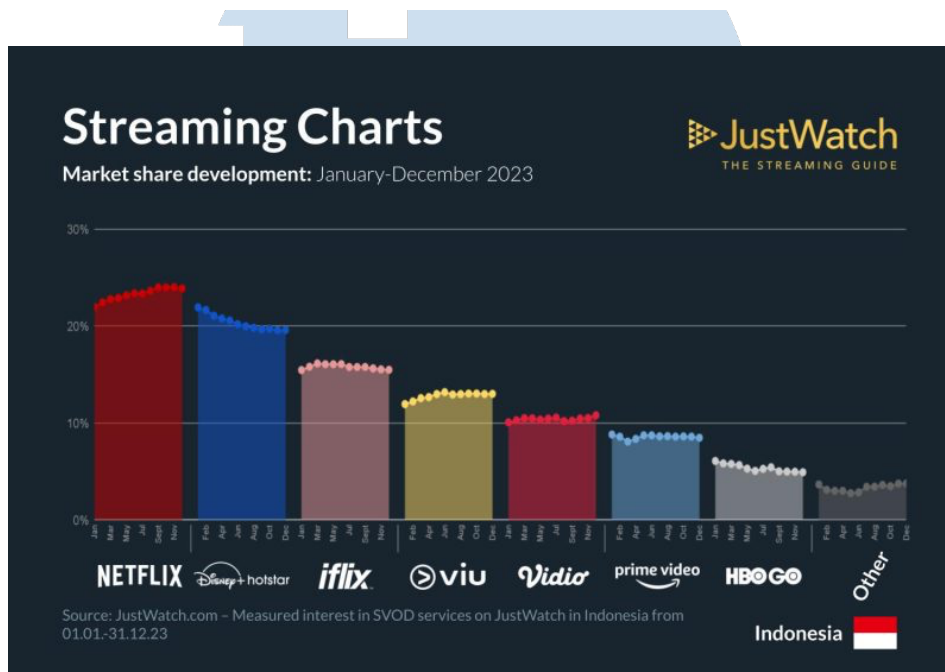
Gambar 3 - Streaming Chart Market Share SVOD di Indonesia 2022

Berdasarkan grafik perkembangan pangsa pasar layanan streaming di Indonesia pada periode Januari–Maret 2022 yang dirilis oleh JustWatch, terlihat bahwa persaingan antar platform streaming semakin kompetitif. Pada periode tersebut, Netflix masih menempati posisi pertama dengan pangsa pasar sekitar 23%, diikuti oleh Disney+ Hotstar sebesar 21%. Posisi berikutnya ditempati oleh iflix dengan sekitar 14%, kemudian Viu sebesar 11%, dan HBO GO dengan pangsa pasar sekitar 10%.

Sementara itu, Prime Video hanya memiliki pangsa pasar sekitar 7%, yang menempatkannya di bawah beberapa kompetitor utama. Angka ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan Prime Video di Indonesia masih relatif rendah dibandingkan dengan platform streaming lain yang lebih populer di kalangan masyarakat. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun Prime Video

merupakan layanan streaming global dengan berbagai konten internasional, penetrasi pasarnya di Indonesia masih terbatas.

Dengan demikian, data tersebut menunjukkan bahwa dominasi pasar layanan streaming di Indonesia masih dikuasai oleh beberapa platform utama seperti Netflix dan Disney+ Hotstar. Rendahnya pangsa pasar Prime Video dibandingkan para pesaingnya menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya minat pengguna terhadap layanan tersebut di Indonesia.



Gambar 4 - Streaming Chart Market Share SVOD di Indonesia 2023

Berdasarkan data perkembangan pangsa pasar layanan streaming di Indonesia sepanjang Januari hingga Desember 2023 yang dirilis oleh JustWatch, terlihat bahwa persaingan antar platform streaming masih didominasi oleh beberapa layanan utama. Netflix menempati posisi pertama dengan pangsa pasar sekitar 23–24%, menjadikannya sebagai platform streaming dengan jumlah pengguna terbesar di Indonesia. Posisi kedua ditempati oleh Disney+ Hotstar dengan pangsa pasar sekitar 20–22%. Di bawah kedua platform tersebut terdapat beberapa layanan lain seperti iflix dengan pangsa pasar sekitar 15–16%, serta Viu yang berada pada

kisaran 12–13%. Sementara itu, Vidio memiliki pangsa pasar sekitar 10–11%, menunjukkan adanya peningkatan minat masyarakat terhadap layanan streaming lokal. Di sisi lain, Prime Video masih memiliki pangsa pasar yang relatif lebih kecil, yaitu sekitar 8–9%, sehingga posisinya masih berada di bawah beberapa platform pesaing lainnya. Adapun HBO GO memiliki pangsa pasar yang lebih rendah lagi, yaitu sekitar 5–6%.

Berdasarkan data pangsa pasar layanan streaming di Indonesia yang dirilis oleh JustWatch pada periode 2021 hingga 2023, terlihat bahwa persaingan platform streaming di Indonesia didominasi oleh beberapa layanan utama. Netflix dan Disney+ Hotstar secara konsisten menempati posisi teratas dengan pangsa pasar di atas 20%. Sementara itu, platform lain seperti iflix, Viu, dan Vidio berada pada tingkat menengah dengan pangsa pasar yang relatif stabil. Di sisi lain, Prime Video menunjukkan pangsa pasar yang lebih rendah dibandingkan dengan beberapa kompetitornya, yaitu berkisar antara sekitar 7% hingga 9% selama periode tersebut. Meskipun layanan ini merupakan salah satu platform streaming global yang memiliki berbagai konten internasional, tingkat penggunaannya di Indonesia masih tergolong terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi layanan Prime Video dengan tingkat adopsinya di Indonesia. Oleh karena itu, fenomena rendahnya jumlah pengguna Prime Video di Indonesia menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut guna mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan streaming tersebut.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Seiring dengan meningkatnya penggunaan layanan digital untuk hiburan, platform video on demand seperti Prime Video menghadapi tantangan dalam mempertahankan pengguna agar tetap aktif menggunakan layanan tersebut. Dalam praktiknya, pengguna tidak hanya mempertimbangkan satu faktor, tetapi berbagai aspek seperti kualitas konten yang tersedia, kualitas sistem yang digunakan, nilai harga yang dirasakan, serta kebiasaan dalam menggunakan layanan tersebut.

Beberapa pengguna cenderung menggunakan layanan secara aktif karena merasa konten yang disediakan relevan dan menarik, sementara yang lain lebih dipengaruhi oleh kemudahan sistem atau karena sudah terbiasa menggunakan platform tersebut. Selain itu, persepsi terhadap harga yang dibayarkan juga dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan apakah pengguna akan terus menggunakan layanan atau tidak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku penggunaan layanan streaming secara nyata (*actual usage*).

Penelitian ini mengacu pada model yang digunakan dalam penelitian sebelumnya yang membahas perilaku penggunaan layanan streaming, dengan fokus pada variabel price value, content quality, system quality, dan habit sebagai faktor yang mempengaruhi actual usage. Variabel content quality diukur melalui beberapa dimensi seperti *actuality*, *relevance*, *range*, dan *originality*, sedangkan system quality diukur melalui dimensi *reliability*, *usability*, dan *effort expectancy*. Sementara itu, habit menggambarkan kebiasaan pengguna dalam menggunakan layanan, dan price value merepresentasikan persepsi pengguna terhadap nilai yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Variabel penelitian dalam penelitian ini terdiri dari price value, content quality, system quality, dan habit sebagai variabel independen, serta actual usage sebagai variabel dependen. Actual usage dalam penelitian ini mencerminkan penggunaan nyata layanan oleh pengguna, yang dapat dilihat dari frekuensi, intensitas, dan durasi penggunaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- N I I S A N T A R A
1. Apakah price value berpengaruh positif terhadap actual usage pada pengguna Prime Video?
 2. Apakah content quality berpengaruh positif terhadap actual usage pada pengguna Prime Video?
 3. Apakah system quality berpengaruh positif terhadap actual usage pada pengguna Prime Video?

4. Apakah habit berpengaruh positif terhadap actual usage pada pengguna Prime Video?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah, yang diuraikan sebagai berikut:

1. Menganalisis apakah terdapat pengaruh positif *Price Value* (nilai harga) terhadap *Actual Usage* (penggunaan sebenarnya) terhadap pengguna Prime Video atau pun tidak.
2. Menganalisis apakah terdapat pengaruh positif *Content Quality* (kualitas konten) terhadap *Actual Usage* (penggunaan sebenarnya) terhadap pengguna Prime Video atau pun tidak.
3. Menganalisis apakah terdapat pengaruh positif *system quality* (kualitas sistem) terhadap *Actual Usage* (penggunaan sebenarnya) terhadap pengguna Prime Video atau pun tidak.
4. Menganalisis apakah terdapat pengaruh positif Habit (kebiasaan) terhadap *Actual Usage* (penggunaan sebenarnya) terhadap pengguna Prime Video atau pun tidak.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat praktis yang muncul dari penelitian ini terhadap Prime Video adalah dapat menjadi rujukan bagi Amazon selaku perusahaan induk yang mengelola layanan Prime Video dan layanan sejenis untuk mempelajari dampak-dampak yang muncul dari adanya personalisasi, kualitas informasi, dan kualitas sistem yang baik, sehingga tercipta intensi berkelanjutan bagi para pengguna untuk terus menggunakan layanan Prime Video. Dengan adanya intensi berkelanjutan pada pengguna layanan *video on demand*, khususnya Prime Video,

maka pelanggan akan terus menggunakan layanan tersebut dan akan tercipta keuntungan bagi perusahaan.

Apabila dilihat dari perspektif akademik, penelitian ini pun diharapkan dapat menyumbangkan informasi, pengetahuan, dan referensi akan pengaruh-pengaruh yang muncul dari pengembangan *Price Value*, *Content Quality*, *System Quality* dan *Habit* (kebiasaan) yang baik terhadap muncul dan berkembangnya *Actual Usage* pada para pengguna layanan *video on demand*.

1.5 Batasan Penelitian

Penulis membatasi ruang lingkup penelitian sehingga penelitian lebih fokus kepada masalah yang utama, dan tidak membahas permasalahan yang tidak perlu. Ada pun batasan-batasan tersebut diuraikan sebagai berikut.

1. Responden adalah pengguna layanan Prime Video dapat digolongkan sebagai usia minimal 19 tahun pada saat penelitian ini dilakukan pada tahun 2026 . Hal ini dilakukan agar cakupan responden tidak terlalu luas.
2. Responden adalah pengguna Prime Video yang pernah atau sedang menggunakan layanan tersebut saat dilakukan penelitian. Hal ini dilakukan agar mendapatkan data yang lebih realistis dan faktual karena didapatkan langsung dari pengguna yang menggunakan aplikasi tersebut secara langsung.
3. Penelitian ini terbatas pada variabel-variabel yang digunakan sebagai berikut: *Price Value*, *Content Quality*, *System Quality* dan *Habit* (kebiasaan) dan *Actual Usage* (penggunaan sebenarnya).

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian “Pengaruh *Price Value*, *Content Quality*, *System Quality*, Dan *Habit* Terhadap *Actual Usage* Pada Pengguna Aplikasi Prime Video” dibagi menjadi lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN** Bab ini membahas fenomena yang terjadi di pasar terkait objek penelitian. Materi yang dibahas mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan laporan.
2. **BAB II LANDASAN TEORI** Bab ini memaparkan teori-teori yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu Price Value, Content Quality, System Quality, Habit, dan Actual Usage. Selain itu, bab ini juga membahas hipotesis penelitian, kerangka kerja penelitian, serta penelitian terdahulu yang menjadi dasar fenomena yang diamati.
3. **BAB III METODOLOGI PENELITIAN** Bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel, teknik analisis data, serta metode pengujian hipotesis.
4. **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN** Bab ini menyajikan data yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis sesuai kerangka teori dan hipotesis penelitian. Hasil analisis dipaparkan melalui tabel, grafik, dan penjelasan naratif yang mengacu pada fakta dan studi teoritis.
5. **BAB V PENUTUP** Menjelaskan hasil akhir dari penelitian serta memberikan rekomendasi untuk penelitian berikutnya dan masukan praktis yang dapat diterapkan oleh perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

Menurut Venkatesh et al.,(2012) Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) merupakan hasil integrasi dan penyempurnaan dari berbagai model penerimaan teknologi sebelumnya, seperti Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), Motivational Model (MM), Theory of Planned Behavior (TPB), Combined TAM-TPB, Model of PC Utilization (MPCU), Innovation Diffusion Theory (IDT), dan Social Cognitive Theory (SCT). Melalui pengembangan tersebut, UTAUT2 dinilai memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi dibandingkan model-model sebelumnya.

Dalam UTAUT2, perilaku penggunaan teknologi dijelaskan melalui tujuh konstruk utama, yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, dan habit. Ketujuh konstruk tersebut memengaruhi niat penggunaan (behavioral intention) dan perilaku penggunaan aktual (use behavior). Dibandingkan dengan model UTAUT, UTAUT2 menambahkan tiga konstruk baru, yaitu hedonic motivation, price value, dan habit, yang dianggap lebih relevan dalam menjelaskan perilaku konsumen pada lingkungan teknologi digital modern. Penambahan konstruk tersebut memungkinkan model UTAUT2 untuk menjelaskan faktor-faktor yang mendorong seseorang menggunakan suatu teknologi tidak hanya dari aspek manfaat dan kemudahan, tetapi juga dari aspek nilai ekonomi, kesenangan, serta kebiasaan penggunaan.

Dalam konteks layanan streaming video, UTAUT2 banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pengguna dalam mengadopsi dan menggunakan platform

digital. Konstruksi price value digunakan untuk menjelaskan persepsi pengguna terhadap kesesuaian antara manfaat yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan untuk berlangganan layanan. Sementara itu, habit digunakan untuk menggambarkan kecenderungan pengguna dalam menggunakan layanan secara otomatis karena telah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari. Selain itu, actual usage digunakan untuk mengukur tingkat penggunaan aktual layanan oleh pengguna. Oleh karena itu, UTAUT2 menjadi landasan teoritis yang relevan dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan streaming seperti Prime Video.

2.1.2 Information Systems Success Model (IS Success Model)

Menurut DeLone et al., (2003) Information Systems Success Model (IS Success Model) merupakan model yang dikembangkan oleh William H. DeLone dan Ephraim R. McLean pada tahun 1992 untuk mengukur keberhasilan suatu sistem informasi. Model ini kemudian diperbarui pada tahun 2003 guna menyesuaikan perkembangan teknologi informasi dan kebutuhan penelitian yang semakin kompleks. Information Systems Success Model menjadi salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian sistem informasi karena mampu menjelaskan faktor-faktor yang menentukan keberhasilan implementasi suatu sistem secara komprehensif.

Model ini menyatakan bahwa keberhasilan suatu sistem informasi dapat diukur melalui enam dimensi utama, yaitu system quality, information quality, service quality, use atau intention to use, user satisfaction, dan net benefits. System quality mengacu pada kualitas teknis sistem yang mencakup kemudahan penggunaan, keandalan, fleksibilitas, keamanan, dan kecepatan sistem. Information quality mengacu pada kualitas informasi yang dihasilkan sistem, seperti akurasi, relevansi, kelengkapan, dan ketepatan waktu informasi. Service quality menggambarkan kualitas layanan yang diberikan kepada pengguna. Ketiga dimensi tersebut memengaruhi tingkat penggunaan sistem dan kepuasan pengguna yang

pada akhirnya menghasilkan manfaat atau keuntungan bagi individu maupun organisasi.

Dalam perkembangan penelitian digital dan layanan berbasis internet, konsep information quality sering diadaptasi menjadi content quality, terutama pada penelitian yang berfokus pada platform media digital, video streaming, dan layanan hiburan daring. Content quality mengacu pada kualitas konten yang disediakan platform, termasuk relevansi, keberagaman, aktualitas, dan daya tarik konten bagi pengguna. Sementara itu, system quality tetap digunakan untuk mengukur kualitas teknis platform seperti stabilitas sistem, kemudahan navigasi, kecepatan akses, dan kenyamanan penggunaan. Pada layanan streaming seperti Prime Video, kualitas konten dan kualitas sistem menjadi faktor penting yang memengaruhi persepsi pengguna terhadap layanan yang digunakan.

Dalam penelitian ini, Information Systems Success Model digunakan sebagai teori pendukung untuk menjelaskan variabel Content Quality dan System Quality. Kedua variabel tersebut dipandang sebagai faktor penting yang dapat memengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan layanan streaming. Dengan demikian, model ini melengkapi UTAUT2 yang lebih berfokus pada aspek perilaku pengguna, sehingga menghasilkan kerangka teoritis yang lebih komprehensif dalam menjelaskan penggunaan layanan Prime Video.

2.1.3 Video on Demand

Sistem VOD memungkinkan user untuk memilih dan menyaksikan video yang hendak diakses dalam jaringan sebagai bagian dari sistem interaktif, lalu dapat memanfaatkan proses streaming, progressive downloading, ataupun download, selain itu VOD juga memungkinkan pengguna untuk melakukan kendali, seperti pause, fast forward, fast rewind, slow forward, dan slow rewind (Priyambudi, 2013).

Layanan video streaming saat ini sudah menjadi bagian penting dalam industri hiburan digital. Dalam konteks penelitian ini, layanan streaming tidak hanya berasal dari platform global, tetapi juga dari apa yang disebut sebagai content libraries, yaitu kumpulan konten televisi yang disediakan secara online. Content libraries ini biasanya berisi konten yang sebelumnya ditayangkan di televisi linear, lalu dikemas ulang dalam bentuk digital agar bisa diakses kapan saja oleh pengguna. Tujuan utamanya adalah untuk mempertahankan penonton, meningkatkan interaksi, serta mendorong penggunaan layanan secara berkelanjutan.

2.1.4 Actual Usage

Actual Usage memiliki konsep mengenai pengukuran tentang seberapa sering dan seberapa lama teknologi itu digunakan (Wibowo, 2006 ; Tyas et al., 2017). Actual usage dalam penelitian ini merujuk pada seberapa sering dan seberapa intens pengguna menggunakan layanan streaming. Berbeda dengan banyak penelitian lain yang hanya melihat niat penggunaan, penelitian ini langsung mengukur penggunaan nyata. Penggunaan ini biasanya dilihat dari 3 aspek yaitu frekuensi penggunaan, intensitas penggunaan dan durasi waktu penggunaan. Pendekatan ini dianggap lebih akurat karena perilaku nyata pengguna tidak selalu sama dengan niat yang mereka katakana.

2.1.5 Content Quality (Kualitas Konten)

Dapat dikatakan bahwa kualitas konten yang ditawarkan dapat dianggap sebagai dimensi sentral dari penggunaan televisi dan SVoD (Dasgupta et al., 2019; Jung et al., 2009; Noh, 2021). Kualitas konten sering diukur sebagai konstruksi satu dimensi (Jung et al., 2009; Pritania, 2023; Sulaiman 2023). Dalam konteks televisi seluler, kualitas konten telah didefinisikan sebagai penilaian konsumen bahwa program tersebut sesuai dengan relevansi, terkini, dan memadai (Jung et al., 2009). Pritania dan Mulia (2023) berfokus pada variasi dan kualitas konten yang dirasakan, dan Sulaiman dan Tjhin (2023) mengoperasionalkan kualitas konten layanan VoD

melalui tiga item: menyediakan konten film yang lengkap, film yang diperbarui, dan kualitas film.

Beberapa studi menambahkan dimensi kedua dengan menangkap rentang konten juga (Zabel, et al., 2022; Torres et al., 2014). Mengingat pentingnya konten bagi penggunaan platform streaming oleh konsumen (Kübler et al., 2021), kami mengusulkan untuk mengkonseptualisasikan kualitas penawaran konten sebagai konstruksi multidimensi. Selain aktualitas (ketepatan waktu; Jung et al., 2009; Shin, 2009) dan rentang konten (Torres et al., 2014), yang didasarkan pada konseptualisasi masa lalu, kami mempertimbangkan dimensi relevansi dan orisinalitas. Relevansi dapat dipahami sebagai cara pengguna mempersepsikan hubungan antara informasi/konten dan kebutuhan mereka akan informasi/konten tersebut pada saat itu (Niininen, 2023).

Dalam konteks pendekatan penggunaan dan kepuasan, relevansi mengacu pada kemampuan konten untuk memenuhi kebutuhan pengguna (Katz et al., 1973). Dalam hal ini, secara eksplisit mengacu pada sejauh mana konten yang ditawarkan sesuai dengan minat pribadi konsumen (Jung et al., 2009; Notbohm, et al., 2022). Lembaga penyiaran publik khususnya (walaupun tidak eksklusif) wajib menawarkan konten yang relevan dan beragam (Telkmann, 2021), yang dapat dianggap relevan untuk penggunaan dan persepsi perpustakaan konten. Orisinalitas, yang dipahami sebagai konten unik yang ditawarkan secara eksklusif, merupakan perbedaan kualitas kunci lainnya antara saluran televisi dan layanan streaming, dan antara satu layanan streaming dan para pesaingnya (Palomba, 2020).

Content quality merupakan salah satu faktor utama dalam layanan streaming. Dalam penjelasan sebelumnya, kualitas konten tidak hanya dilihat dari satu aspek saja, tetapi sebagai konstruk yang terdiri dari beberapa dimensi, yaitu Actuality (kebaruan konten) apakah konten selalu up-to-date, Range (keberagaman konten) seberapa banyak dan beragam pilihan konten, Relevance (kesesuaian konten)

apakah konten sesuai dengan minat pengguna dan Originality (keunikan konten)
apakah ada konten eksklusif atau original

2.1.6 *System Quality* (kualitas sistem)

Sistem yang menyajikan konten juga merupakan fitur kunci dari layanan media (S. Shin & Park, 2021). Kualitas sistem menggambarkan “sejauh mana penyajian konten memfasilitasi penerimaannya” (Berger et al., 2016; Nelson et al., 2005). Dengan demikian, kualitas sistem berkaitan dengan karakteristik struktural dan dinamika kinerja suatu sistem (Xu et al., 2013).

Kualitas sistem telah dikonseptualisasikan sebagai konstruksi multidimensi (Berger, 2016; Gupta, 2021; Nelson, 2005). Misalnya, dalam konteks data warehousing, membedakan antara aspek yang terkait dengan sistem (misalnya, aksesibilitas dan keandalan) dan aspek yang terkait dengan tugas (misalnya, waktu respons) dari kualitas sistem (Nelson et al., 2005). Dalam konteks aplikasi perbankan seluler, menurut Gupta dan et al., (2021) mengidentifikasi dimensi keandalan, kemudahan penggunaan, antarmuka pengguna, waktu respons, keamanan, dan fungsionalitas.

Namun, kualitas sistem layanan streaming hingga saat ini sebagian besar diukur secara satu dimensi (Sulaiman et al., 2023). Beberapa studi menilai kualitas presentasi dalam hal organisasi dan tata letak konten (Berger et al., 2016; Nelson et al., 2005). Studi lain memasukkan kemudahan penggunaan sebagai proksi untuk kualitas sistem (Peukert et al., 2019) atau membangun konstruksi kegunaan menyeluruh yang menggabungkan kinerja sistem, kemudahan penggunaan, dan elemen desain (Palomba, 2022; Sulaiman et al., 2023). Menurut S. Shin dan Park 2021 mengorganisir properti sistem menjadi kualitas dan kemudahan penggunaan, di mana kualitas mengacu pada keandalan sistem dan kemudahan penggunaan mengacu pada kenyamanan (Lee et al., 2019; Li, 2017). Karena pengalaman pengguna dapat memengaruhi rekomendasi dari mulut ke mulut (Huang et al.,

2017), persepsi merek (Walter et al., 2018), dan penggunaan aktual (Topolewski et al., 2019), kami mengkonseptualisasikan kualitas sistem sebagai konstruksi multidimensi menggunakan tiga dimensi: keandalan sistem teknis mengacu pada “tingkat di mana pengguna dapat menggunakan sistem secara andal saat menggunakan layanan OTT [over-the-top]” (Shin, et al., 2021), kegunaan dan desain UX mencakup desain dan kemudahan menemukan konten dalam sistem (Palomba, 2022), dan harapan upaya (Peukert et al., 2019).

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem dalam layanan media streaming punya peran penting dalam membantu pengguna menikmati konten dengan nyaman. Kualitas sistem ini bukan cuma soal teknis, tapi juga soal bagaimana sistem itu dirancang dan bekerja saat dipakai. Selama ini, banyak penelitian memang sudah bilang kalau kualitas sistem itu terdiri dari banyak aspek, seperti keandalan, kemudahan penggunaan, sampai tampilan dan kecepatan sistem. Tapi di sisi lain, khusus untuk layanan streaming, sering kali kualitas sistem masih dinilai secara sederhana, misalnya cuma dari tampilan atau kemudahan dipakai saja. Padahal, pengalaman pengguna itu sebenarnya lebih kompleks dari itu. Karena itu, lebih masuk akal kalau kualitas sistem dilihat dari beberapa sisi sekaligus, seperti apakah sistemnya stabil dan jarang error (reliability), mudah dipahami dan digunakan (usability), serta tidak bikin pengguna harus berpikir atau berusaha terlalu keras saat mengoperasikannya (effort expectancy). Kalau ketiga hal ini berjalan dengan baik, biasanya pengalaman pengguna juga ikut meningkat. Walaupun begitu, tetap perlu diingat bahwa kualitas sistem bukan satu-satunya faktor penentu karena pada akhirnya, kualitas konten juga punya pengaruh yang besar terhadap apakah seseorang akan terus menggunakan layanan tersebut atau tidak.

2.1.7 Price Value

Nilai harga didefinisikan sebagai pertimbangan kognitif konsumen antara nilai yang mereka peroleh dari penggunaan suatu aplikasi dan biaya moneter penggunaannya (Venkatesh et al., 2012; Pratama et al., 2022). Termasuk dalam

model yang diperluas dari Teori Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Terpadu (UTAUT2), nilai harga telah terbukti berhubungan langsung dengan niat perilaku, yang pada gilirannya merupakan proksi untuk penggunaan teknologi informasi di masa mendatang (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2012). Dapat disimpulkan bahwa konsep ini merupakan trade-off antara manfaat yang diterima dan biaya yang dikeluarkan, lalu dalam konteks streaming price value tidak selalu berpengaruh langsung terhadap penggunaan, tetapi lebih berpengaruh terhadap persepsi dan rekomendasi pengguna.

2.1.8 *Habit*

Kebiasaan telah didefinisikan sebagai sejauh mana orang cenderung melakukan perilaku (menggunakan sistem informasi) secara otomatis karena pembelajaran (Limayem et al., 2007, p. 705). Studi sebelumnya yang menggunakan model UTAUT atau pendekatan penggunaan dan kepuasan telah mengidentifikasi kebiasaan sebagai pendorong utama menonton televisi (Guo et al., 2015; Rubin, 2009). Karena pembentukan kebiasaan juga telah diidentifikasi sebagai prediktor niat perilaku untuk menggunakan layanan streaming (Madanaguli et al., 2021),

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa kebiasaan punya pengaruh besar dalam menentukan apakah seseorang akan terus menggunakan suatu layanan, termasuk layanan streaming. Kebiasaan ini terbentuk karena seseorang melakukan hal yang sama berulang-ulang sampai akhirnya jadi otomatis, tanpa perlu banyak dipikir lagi. Dalam penelitian sebelumnya, kebiasaan bahkan dianggap sebagai salah satu alasan utama kenapa orang rutin menonton, misalnya televisi. Hal yang sama juga berlaku di layanan streaming sekarang. Kalau seseorang sudah terbiasa membuka aplikasi streaming di waktu tertentu atau dalam situasi tertentu, maka kemungkinan besar dia akan terus melakukannya. Jadi, kebiasaan ini bukan cuma hasil dari pengalaman sebelumnya, tapi juga bisa mendorong niat seseorang untuk tetap menggunakan layanan tersebut ke depannya.

Semakin kuat kebiasaannya, semakin besar juga peluang pengguna untuk bertahan dan tidak pindah ke layanan lain.

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat berbagai penelitian yang membahas mengenai *price value*, *content quality*, *system quality*, *habit* dan *actual usage*. Penelitian-penelitian yang terdahulu yang tercantum adanya pengaruh antara variable-variabel tersebut terhadap pengguna sebenarnya dalam konteks layanan streaming video on demand (VOD). Berikut beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu
Tabel 1 - Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Tahun	Judul	Jurnal, Edisi, Volume	Temuan Inti
1	Zabel et al.	2023	“The show must go on(line): the impact of content and system quality on the usage of television streaming content libraries”	Journal of Media Economics, 2023, Volume 35	1) Content Quaiity memengaruhi Actual Usage secara positif 2) Habit memengaruhi Actual Usage secara positif
2	Miao Guo	2022	“The Impacts of Service Quality, Perceived Value, and Social Influences on Video Streaming	International Journal on Media Management, 2022 Volume 24	1) Content Quality memengaruhi Actual Usage secara positif 2) System Quality memengaruhi Actual Usage secara positif

			Service Subscription”		
3	Cho et al.	2014	“A Study on Actual Usage of Information Systems: Focusing on System Quality of Mobile Service”	Asia Pacific Journal of Information Systems, 2014, Volume 24	1) System Quality berpengaruh positif terhadap Actual Usage
4	Jahanzeb et al.	2026	“Beyond intention: the critical role of digital financial literacy in the actual usage of AI-enabled fintech applications in Malaysia”	Future Business Journal, 2026, Volume 12	1) Price Value berpengaruh positif terhadap Actual Usage 2) Habit berpengaruh positif terhadap Actual Usage
5	Alam et al.	2020	“Factors influencing the adoption of mHealth services in a developing country: A	Internasional Journal of Information Management, 2020, Volume 50	1) Price Value berpengaruh positif terhadap Actual Usage

			patient-centric study”		
--	--	--	------------------------	--	--

Sumber: Dokumen Pribadi

2.3 Model Penelitian

Penelitian ini mengadopsi model dari penelitian Zabel, Kunz, Telkmann & O’Brien (2024) yang berjudul “*The show must go on(line): the impact of content and system quality on the usage of television streaming content libraries*” yang mengkaji pengaruh dari *Price Value*, *Content Quality* (*content actuality, content relevance, content originality, content range*), *System Quality* (*effort expectancy, usability, system reliability*) dan *Habit* terhadap Actual Usage dalam konteks penggunaan layanan online streaming *Video On Demand (VOD)*. Model penelitian yang diadaptasi dan digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:





Gambar 5 - Model Penelitian Yang Digunakan Peneliti

Sumber : Zabel et al., (2024)

Kerangka penelitian ini mencakup 5 variable, yaitu empat variabel independent dan satu variabel dependen. Variabel independent terdiri dari *price value*, *content quality*, *system quality* dan *habit*, sementara variable dependen adalah *actual usage*.

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Price Value terhadap Actual Usage

Menurut Alam et al. (2020) price value merupakan persepsi pengguna mengenai keseimbangan antara manfaat yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk mengakses layanan tersebut. Dalam konteks layanan digital, pengguna cenderung menggunakan suatu layanan apabila mereka merasa bahwa manfaat yang diterima lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi nilai yang positif dapat meningkatkan penerimaan dan penggunaan teknologi oleh pengguna. Oleh karena itu, semakin tinggi price value yang dirasakan pengguna, maka semakin besar kecenderungan pengguna untuk menggunakan layanan tersebut secara aktual.

Menurut Venkatesh et al. (2012) price value merupakan pertimbangan pengguna antara manfaat penggunaan teknologi dengan biaya moneter yang harus dibayarkan. Dalam model UTAUT2, price value terbukti memiliki hubungan positif terhadap penggunaan teknologi karena pengguna akan lebih menerima dan menggunakan layanan apabila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Pratama et al. (2022) menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap harga layanan digital sangat mempengaruhi intensitas penggunaan aplikasi. Pengguna akan lebih sering menggunakan layanan streaming apabila merasa biaya berlangganan yang dibayarkan sesuai dengan fitur, kualitas layanan, dan manfaat hiburan yang diterima. Dengan demikian, price value dapat meningkatkan penggunaan aktual pengguna terhadap layanan streaming digital.

H1 : Price Value berpengaruh positif terhadap Actual Usage

2.4.2 Pengaruh Content Quality terhadap Actual Usage

Menurut Zabel et al. (2024), content quality memiliki pengaruh penting terhadap penggunaan layanan streaming. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kualitas konten terdiri dari beberapa dimensi seperti content actuality, content relevance, content range, dan content originality. Pengguna cenderung lebih aktif menggunakan layanan streaming apabila platform menyediakan konten yang relevan, beragam, terbaru, dan memiliki tayangan original yang menarik.

Menurut Jung et al. (2009) kualitas konten merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan layanan media digital. Dalam penelitian mengenai mobile TV, ditemukan bahwa pengguna akan lebih sering menggunakan layanan apabila konten yang tersedia dianggap relevan, informatif, dan selalu diperbarui. Semakin baik kualitas konten yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula penggunaan aktual layanan tersebut.

Selain itu, penelitian oleh Palomba (2021) menjelaskan bahwa konten original dan eksklusif menjadi salah satu keunggulan utama platform streaming dalam mempertahankan pengguna. Pengguna cenderung menggunakan layanan streaming secara berkelanjutan apabila tersedia tayangan unik yang tidak dimiliki platform lain. Hal ini menunjukkan bahwa content quality memiliki pengaruh positif terhadap actual usage pengguna layanan streaming.

H2 : Content Quality berpengaruh positif terhadap Actual Usage.

2.4.3 Pengaruh System Quality terhadap Actual Usage

Menurut Ameen et al. (2019) system quality merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi penggunaan aktual suatu sistem. Kualitas sistem mencerminkan sejauh mana sistem mampu beroperasi secara andal, mudah digunakan, memiliki kinerja yang baik, serta mampu memenuhi kebutuhan pengguna secara efektif. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa sistem dengan kualitas yang tinggi dapat meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan pengguna

dalam memanfaatkan layanan yang tersedia, sehingga mendorong peningkatan penggunaan aktual sistem. Oleh karena itu, semakin baik kualitas sistem yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula kecenderungan pengguna untuk menggunakan sistem tersebut secara berkelanjutan”.

Menurut Guo (2022) system quality pada layanan video streaming berkaitan dengan kemampuan sistem dalam menyediakan layanan yang stabil, kompatibel, dan mudah digunakan oleh pengguna. Penelitian tersebut menemukan bahwa kualitas sistem yang baik mampu meningkatkan pengalaman pengguna dalam mengakses layanan streaming, terutama melalui keandalan sistem dan kemampuannya untuk beroperasi secara optimal pada berbagai perangkat. Ketika pengguna merasakan bahwa sistem dapat digunakan dengan lancar dan konsisten, mereka akan lebih terdorong untuk terus memanfaatkan layanan tersebut. Oleh karena itu, system quality memiliki pengaruh positif terhadap actual usage pengguna layanan streaming.

Menurut Cho et al. (2014) kualitas sistem memiliki peran penting dalam mendorong penggunaan aktual sistem informasi. Kualitas sistem yang baik ditunjukkan melalui kemampuan sistem untuk beroperasi secara andal, mudah digunakan, dan mampu mendukung kebutuhan pengguna secara efektif. Penelitian tersebut menemukan bahwa kualitas sistem berkontribusi terhadap peningkatan penggunaan sistem karena pengguna cenderung memanfaatkan sistem yang memberikan kinerja yang stabil dan pengalaman penggunaan yang memuaskan. Dengan demikian, system quality berpengaruh positif terhadap actual usage pengguna sistem informasi.

H3 : System Quality berpengaruh positif terhadap Actual Usage.

2.4.4 Pengaruh Habit terhadap Actual Usage

Menurut Zabel et al. (2024) habit merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan streaming secara aktual. Penelitian tersebut

menjelaskan bahwa pengguna yang sudah terbiasa menggunakan layanan streaming tertentu akan cenderung terus menggunakan layanan tersebut dalam aktivitas sehari-hari. Kebiasaan penggunaan yang terbentuk secara terus-menerus dapat meningkatkan penggunaan aktual layanan streaming.

Menurut Limayem et al. (2007) habit didefinisikan sebagai perilaku yang dilakukan secara otomatis karena proses pembelajaran dan pengulangan. Dalam penelitian mengenai penggunaan sistem informasi, ditemukan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh langsung terhadap penggunaan aktual suatu teknologi. Pengguna yang telah terbiasa menggunakan suatu sistem akan cenderung terus menggunakan sistem tersebut tanpa perlu banyak pertimbangan lagi.

Selain itu, penelitian oleh Jahanzeb et al. (2026) menunjukkan bahwa habit merupakan salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap pengguna. Penelitian tersebut menemukan bahwa pengguna yang telah terbiasa menggunakan aplikasi berbasis teknologi dalam aktivitas sehari-hari cenderung memiliki niat dan perilaku penggunaan yang lebih tinggi dibandingkan pengguna yang belum memiliki kebiasaan penggunaan yang kuat. Kebiasaan yang terbentuk melalui pengalaman dan penggunaan secara berulang menjadikan aktivitas penggunaan teknologi dilakukan secara otomatis tanpa memerlukan banyak pertimbangan. Oleh karena itu, semakin kuat habit yang dimiliki pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat actual usage terhadap suatu teknologi atau layanan digital.

H4 : Habit berpengaruh positif terhadap Actual Usage