BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

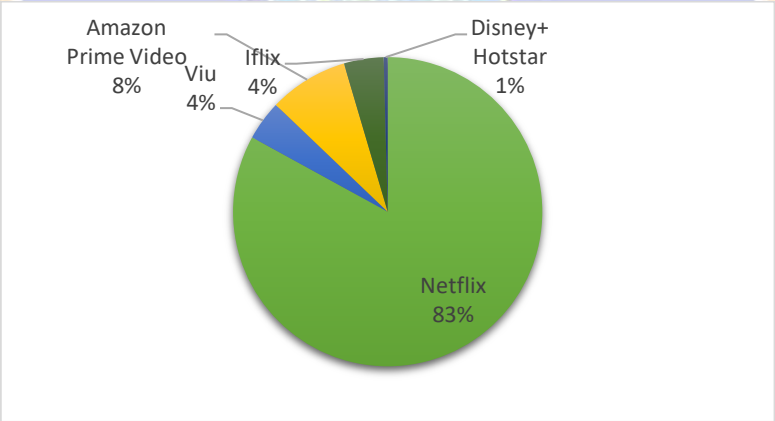
Revolusi industri 4.0 menimbulkan berbagai inovasi bagi bisnis di Indonesia. Masing-masing perusahaan berusaha menarik perhatian konsumen dengan memberikan produk sekreatif mungkin untuk membangun bisnisnya. Perusahaan akan membuat produk terbaik dan sesuai kebutuhan pasar agar menjadi bisnis yang kompetitif dan unggul. Persaingan yang kompetitif ini menimbulkan sikap selektif dari konsumen, seperti saat akan melakukan pembelian konsumen akan melakukan survei untuk membandingkan produk mana yang dirasa sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhannya. Konsumen juga semakin mudah melakukan perbandingan karena telah banyak platform yang mendukung hal tersebut. Platform ini dapat mejadi pesaing karena dikemudian hari pelanggan bisa saja memutuskan untuk beralih ke platform yang dirasa lebih pas.

Revolusi ini membawa dampak besar pada industri jasa perfilman. Sebelum adanya revolusi industri tayangan film hanya ditampilkan melalui bioskop, pelanggan harus datang langsung ke bioskop, mengantre dan membeli tiket, lalu menikmati film di ruangan bersama puluhan penonton lain. Bagi beberapa kalangan cara ini dianggap kurang praktis, karena pelanggan yang ingin menonton film harus menyesuaikan waktu dengan jam tayang film yang bersangkutan. Namun saat ini telah hadir layanan *Video on Demand* (VoD) yakni website penyedia film online secara resmi. Dengan adanya situs VoD penikmat film tidak perlu datang ke

bioskop, cukup melakukan aktivasi penonton sudah bisa menikmati film kesukaannya di rumah masing-masing, sesuai dengan jam yang diinginkan, dan tidak terikat pada jam tayang yang ditentukan bioskop.

Salah satu situs web penyedia layanan ini adalah Netflix. Dari situs Kompas.com Netflix merupakan layanan penyedia langganan sewa film, streaming film, program televisi, dan beberapa program yang dibuat oleh Netlflix sendiri. Program langganan Netflix memungkinkan pengguna menonton layanan kesukaaan dimanapun, kapanpun, dengan media apapun (gadget, *smart tv*, computer, dan laptop). Netflix seperti toko penyewa DVD yang menawarkan film digital di dunia maya dan resmi. Netflix bersih dari iklan dan tidak ada jadwal penayangan yang ditentukan seperti di TV kabel.

Gambar 1.1
Jumlah Unduhan Aplikasi VoD di Android



Meski menjadi aplikasi terlaris, Netflix banyak dikeluhkan oleh penggunanya. Beberapa hal yang dikeluhkan adalah proses pembayaran hanya bisa dilakukan dengan kartu kredit, sedangkan pelanggan Netflix mayoritas adalah pelajar dan mahasiswa yang belum memenuhi syarat untuk memiliki kartu kredit. Untuk menikmati kualitas video resolusi tinggi pengguna Netflix harus memiliki

kecepatan internet yang tinggi. Keluhan lain menyebutkan kualitas subtitle terkadang tidak terbaca jika kecepatan internetnya rendah. Keluhan ini disampaikan konsumen lewat kolom komentar di aplikasi App Store dan beberapa di blog pribadi dengan ribuan pembaca. Bahkan di aplikasi App Store jumlah rating terendah mencapai setengah dari jumlah rating tertinggi. Beberapa komentar juga menyebutkan bahwa metode pembayaran kredit menyulitkan pelanggan dalam bertransaksi dan mempengaruhi kepuasan mereka dalam menggunakan aplikasi Netflix.

Dibandingkan dengan perusahaan lain yang menyediakan jasa sejenis, pengguna Netflix adalah yang tertinggi. Netflix mematok harga beragam dan menyesuaikan dengan kualitas video yang ditawarkan, di paket Mobile dan paket Basic yang hanya bisa diakses di satu perangkat dengan harga Rp 54.000 per bulan dan Rp 120.000 per bulan. Paket lain dengan kualitas HD yakni paket Standar Rp 153.000 per bulan dengan keuntungan bisa digunakan di dua perangkat dan dapat mengunduh film di 4 perangkat dan paket Premium dengan kualitas ultra HD seharga Rp 186.000 per bulan. Sementara penyedia layanan VoD lainnya menawarkan harga yang lebih murah seperti di platform Amazon Prime Video, Disney+ Hotstar, VIU, dan Iflix. Di Amazon Prime Video menawarkan harga Rp 89.000 per bulan, sedangkan di Disney+ Hotstar harga berlangganan Rp 39.000 per bulan Rp 199.000 per tahun. Sementara di VIU dan Iflix menawarkan harga mulai dari Rp 10.000 per minggu hingga Rp 45.000 per bulan dan Rp 39.000 per bulan dan Rp 108.000 per 3 bulan.

Penelitian Prasetio (2012) menunjukkan bahwa penetapan harga yang komoetitif akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan suatu

produk/jasa. Sementara pada Netflix harga yang ditetapkan adalah yang tertinggi dibanding penyedia layanan VoD lainnya. Meski demikian, Netflix tetap menarik perhatian konsumen sehingga menjadi layanan VoD dengan jumlah unduhan terbanyak dan pengguna terbanyak di Indonesia. Hal ini ditunjukkan oleh data yang pertumbuhan jumlah pengguna sebanyak 10,2 juta pelanggan, dimana sebelumnya hanya diprediksi meningkat sebesar 7,5 juta pelanggan.

Mardalis (2005) menyebutkan bahwa kepercayaan, impresi, serta ide seseorang memiliki pengaruh besar terhadap sikap dan perilaku serta respon yang mungkin akan dilakukan. Dengan adanya layanan yang berkualitas diharapkan pelanggan merasa puas atas kinerja produk dan layanan yang diberikan. Rasa puas tersebut memiliki kemungkinan besar pelanggan akan melakukan pembelian ulang dimasa depan. Tobagus (2018) banyak penelitian menghubungkan indikator kualitas layanan untuk menentukan kepuasan konsumen terhadap perusahaan. Penelitian oleh Moon (2013) mengemukakan bahwa *e-service quality* merupakan faktor penting dalam bisnis untuk memuaskan konsumen, dikarenakan *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam mengukur kualitas layanan terdapat perbedaan antara kualitas layanan elektronik/*e-service quality* dengan kualitas layanan langsung. Perbedaan ini didasarkan pada indikator yang digunakan dalam mengukur kualitas layanan tersebut. Sehingga perusahaan perlu memperhatikan kualitas layanan yang akan diukur. Untuk mengukur kualitas layanan dapat dilakukan melalui dua perspektif perbedaan antara kualitas layanan secara langsung dan kualitas layanan elektronik/*e*-service. Penelitian oleh Li dan Suomi (2009) menunjukkan dua sudut pandang yang dapat digunakan dalam *e-service quality*, sudut pandang tersebut

dapat dilihat dari sisi pelanggan dan sisi perusahaan. Pada sudut pandang perusahaan dimensi *e-service quality* yang harus diperhatikan adalah kemudahan penggunaan (*ease of use*), keersediaan sistem (*system* availability), design website, reliabilitas, keamanan dan privasi, resposivitas, dan empati. Sedangkan dari sudut pandang pelanggan, dimensi *e-service quality* yang harus diperhatikan adalah pengalaman penggunaan website dan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang cepat dan informatif.

Berdasarkan pemaparan tersebut diduga terdapat pengaruh antara *e-service quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix. Sehingga penelitian ini akan menguji mengenai "Pengaruh *e-service quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix". Penelitian ini dilakukan pada pengguna Netflix yang telah melakukan pembelian paket premium.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka identifikasi masalah pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

1) Netflix mendapatkan banyak *review* negatif di App Store dan beberapa penggunanya juga memposting di laman blog dan laman diskusi online.
2) Harga Netflix tertinggi disbanding penyedia layanan VoD lainnya, namun masih menjadi aplikasi dengan unduhan dan pengguna terbanyak.
3) Pengguna mengalami kesulitan dalam menggunakan layanan Netflix.

1.3 Pembatasan Masalah

Oleh karena terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka penelitian ini hanya membahas dua faktor yaitu *e-service quality*

dan harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix. Serta penelitian ini hanya difokuskan pada pelanggan Netflix.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1) Apakah ada pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan Netflix?
2) Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Netlfix?
3) Apakah ada pengaruh *e-service quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Menguji pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan Netflix.
2) Menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Netlfix.
3) Menguji pengaruh *e-service quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1) Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai teori kepuasan pelanggan khususnya pada pengaruh *e-service quality* dan harga serta

dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain dalam menerapkan ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Netflix mengenai informasi terkait indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya pada *e-service quality* dan harga. Sehingga hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan *e-service quality* yang baik dan menciptakan harga yang kompetitif.

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
UNDIKSHA