

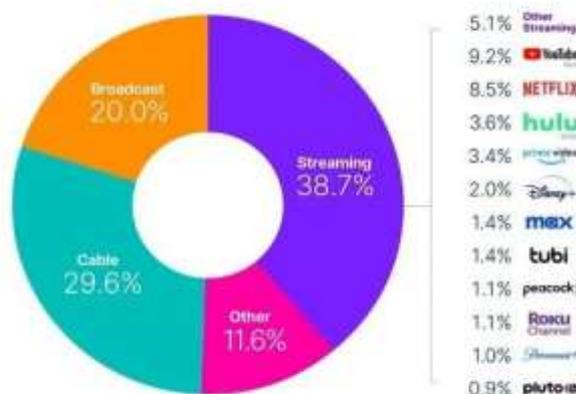
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digitalisasi yang telah membawa perubahan besar dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, menjadikannya lebih praktis dan memberikan dukungan bagi perekonomian. Saat ini, teknologi digital telah menggantikan perangkat lama, dengan internet, media sosial, dan platform digital menjadi elemen penting dalam aktivitas Masyarakat. (Kusuma *et al.* 2020) Perkembangan teknologi khususnya di negara Indonesia saat ini menunjukkan tingkat kemajuan yang sangat signifikan, yang tercermin dalam pengembangan infrastruktur digital, seperti penyebaran jaringan 4G dan 5G, yang berdampak pada peningkatan kecepatan dan stabilitas koneksi internet. Dengan meningkatnya aksesibilitas ini, semakin banyak masyarakat, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil, dapat terhubung dengan internet.

Industri hiburan dan teknologi informasi saat ini tengah mengalami perkembangan yang luar biasa pesat, seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin meluas di berbagai penjuru dunia (Sajidah, 2023). Pada rentang waktu sepuluh tahun terakhir, sektor perfilman telah mencapai kemajuan cukup signifikan, baik dari segi kualitas karya, keberagaman genre, maupun pengaruhnya terhadap tren budaya global. Sementara itu, tingkat pengguna internet khususnya di Indonesia terus menunjukkan peningkatan yang tajam, yang pada gilirannya mengubah pola konsumsi media dan hiburan di kalangan masyarakat. Dengan didukung dengan teknologi internet yang canggih dengan aksesibilitas yang lebih tinggi, kini masyarakat mendapatkan lebih banyak pilihan untuk dapat menikmati beragam jenis konten hiburan dengan fleksibilitas yang tinggi, disaat apa saja dan dimana saja mereka inginkan.



Gambar 1.1 Presentase layanan *streaming* 2023
 Sumber : Nielsen (2023)

Berdasarkan data yang dilansir pada laman Nielsen, pada Juli 2023, layanan *streaming* menyumbang 38,7% dari total penggunaan televisi, dengan ini membuktikan bahwa layanan *streaming* lebih besar dibandingkan dengan *cable* yang hanya mendapati 29.6%, *broadcast* 20%, dan *other* 11.6%. Pada data layanan *streaming* tersebut hal ini merupakan pencapaian paling tinggi yang pernah tercatat. Peningkatan ini, sebagian besar dipicu oleh konten yang diakuisisi, dan tren ini terutama terlihat di kalangan penonton muda. Sementara itu, penggunaan siaran televisi dan kabel mengalami penurunan tahunan masing-masing sebesar 5,4% dan 12,5%, mencerminkan pergeseran preferensi konsumen ke arah layanan *streaming* dibandingkan media tradisional.

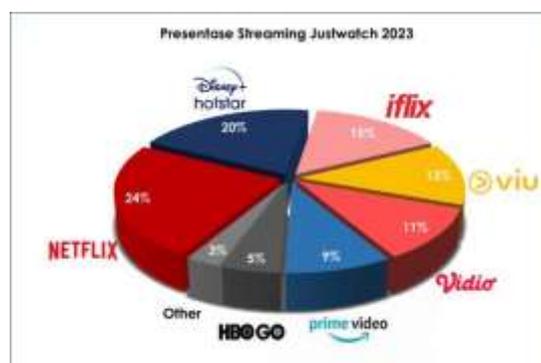
Di Indonesia, tren penggunaan layanan *streaming* menunjukkan pola yang menarik dan berbeda dibandingkan negara lain seperti Amerika Serikat. Menurut laporan *JustWatch* dan *Media Partners Asia*, Indonesia Expat & *DailySocial*. Ranah video menunjukkan peralihan besar dari televisi tradisional ke platform daring dalam hal konsumsi, interaksi, dan strategi pendapatan.

Tren ini turut mendukung perkembangan layanan *video on-demand* (VOD) di Indonesia. Berdasarkan laporan terbaru, pada akhir 2023, beberapa penyedia VOD yang beroperasi di Indonesia telah berhasil menggaet jutaan pengguna berbayar, memperlihatkan daya tarik yang kuat dari model

berlangganan untuk konten sesuai permintaan. (dailysocial, 2023).

Virginia (2020) pertumbuhan penggunaan internet saat ini dapat dilihat dari banyaknya pengguna layanan *video on demand* (VOD) seperti Viu, Netflix, dan Disney+, yang menawarkan beragam konten digital yang kini mudah diakses. Pelayanan yang diberikan bermacam-macam seperti program televisi, film, drama dari berbagai genre, serta serial televisi lainnya. Koneksi internet yang memadai sangatlah penting untuk dapat mengakses layanan *video on demand* (VOD). Hal ini juga ditekankan oleh Biznethome, (2023) yang menyatakan bahwa *video on demand* (VOD) merupakan salah satu platform VOD yang dirancang dengan visi masa depan. Dengan adanya perkembangan teknologi ini menciptakan peluang baru kepada para penyedia layanan untuk melakukan inovasi dan juga meningkatkan kualitas konten serta pengalaman para penggunanya agar dapat tetap bersaing secara kompetitif.

Meningkatnya permintaan akan konten berkualitas, penyedia VOD dituntut untuk beradaptasi dengan preferensi lokal dan menghadirkan konten yang sesuai dengan selera masyarakat Indonesia. Selain itu, kesadaran akan kualitas layanan juga meningkat, dengan pengguna mengharapkan pengalaman yang lebih baik dan puas dalam hal kecepatan *streaming* dan serta antarmuka pengguna yang intuitif. Dalam persaingan yang ketat, penyedia layanan *streaming* perlu menyesuaikan diri dengan preferensi lokal dan meningkatkan kualitas untuk mempertahankan loyalitas pelanggan (Riyanto, 2023).



Gambar 1.2 Presentase JustWatch Streaming Charts 2023

Sumber : daily social.id

Berdasarkan dari data yang diperoleh pada gambar 1.2, dapat dilihat walaupun Viu saat ini berada di peringkat kelima dalam *Presentase JustWatch Streaming Charts 2023*, lebih rendah dibandingkan dengan Netflix, Disney+, dan iflix, pemilihan Viu sebagai subjek penelitian tetap memiliki relevansi. Berdasarkan penelitian sebelumnya, (Kartika *et al.*, n.d.) mengungkapkan Viu mengalami permasalahan dengan posisinya yang menurun, dari posisi utama pada tahun 2020 menjadi posisi kedua pada tahun 2021. Tren penurunan ini menunjukkan bahwa minat berlangganan Viu di Indonesia semakin berkurang. Selain itu, gambar 1.2 menunjukkan bahwa Viu berada di peringkat 4 dalam presentase pangsa pasar layanan *streaming* 2023. Hal ini juga ditekan oleh penurunan kualitas dan kepuasan pelanggan terhadap aplikasi *streaming* Viu dapat dilihat dari banyaknya ulasan negatif yang diterima oleh aplikasi ini pada *google playstore*.

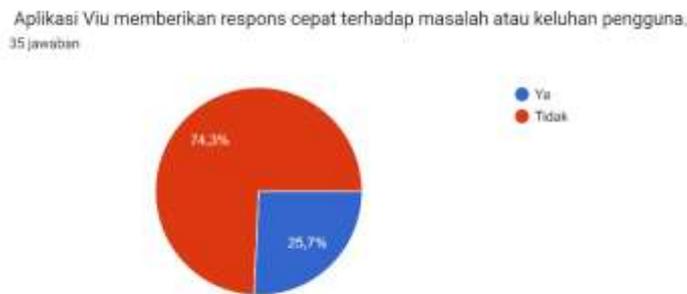
Ulasan tersebut adalah merupakan gambaran dari kualitas pelayanan yang diberikan tidak dapat memenuhi harapan dari para pelanggan, bahkan dapat merugikan mereka. Situasi ini jelas berdampak pada loyalitas pelanggan, yang dapat memengaruhi keputusan mereka untuk melanjutkan atau menghentikan langganan aplikasi *streaming online* Viu. Ketidakpuasan pelanggan terhadap aplikasi *streaming* Viu ditunjukkan dengan komentar negatif yang dilontarkan oleh pengguna layanan Viu. Alhasil, melalui peningkatan kebahagiaan pelanggan, kualitas layanan memegang peranan penting dalam mendongkrak loyalitas klien. Manengal *et al.* (2021) layanan berkualitas merupakan kondisi yang dinamis dimana mencakup produk, layanan, tenaga kerja, proses, dan lingkungan guna memenuhi bahkan hingga melampaui ekspektasi konsumen, di mana penilaian kepuasan pelanggan sangatlah penting bagi perusahaan, karena layanan yang buruk dapat menurunkan loyalitas dan reputasi, sedangkan layanan yang baik meningkatkan kebahagiaan dan kesetiaan pelanggan. Hurriyati (2019) menyatakan dalam konteks globalisasi, kunci keberlangsungan perusahaan adalah mempertahankan pelanggan yang dinilai loyal. Oleh karena itu, diperlukan usaha untuk mengembangkan keunggulan kompetitif bagi

perusahaan melalui upaya yang senantiasa inovatif, kreatif, dan efisien, sedemikian hingga diharapkan dapat menjadi tujuan pilihan utama bagi pelanggan dan mendorong loyalitas mereka. Sedangkan Zahara (2020) mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan ditandai oleh tindakan pembelian yang dilakukan secara berulang. Glinkkiené dan koleganya memperluas pemahaman ini, Mengacu pada teori loyalitas pemasaran yang dirumuskan oleh Gudynaité, yang mengartikan loyalitas sebagai kesinambungan preferensi pembelian terhadap suatu merek oleh konsumen, konsep loyalitas dalam beberapa tahun terakhir telah menjadi subjek perhatian intens para sarjana dan akademisi di bidang pemasaran, menyoroti signifikansinya yang semakin menonjol.

Hanjani (2019) mengemukakan kepuasan pelanggan merupakan emosi yang timbul setelah melakukan perbandingan harapan dengan kinerja produk, dan Nugraha, (2020) menambahkan bahwa kepuasan ini mendorong pelanggan untuk kembali, sementara Indrasari, (2019) menegaskan bahwa kualitas layanan yang sesuai dengan tuntutan pasar ditentukan oleh tingkat kepuasan konsumen setelah perbandingan antara ekspektasi dan kenyataan.

Untuk memverifikasi apakah penelitian ini dapat dilakukan, penelitian ini memiliki kesenjangan dalam variabel yang diteliti, di mana penelitian terdahulu Abror *et al.* (2020) menyebutkan bahwa mutu layanan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara penelitian Budiarno *et al.* (2022) mengungkapkan bahwa mutu layanan justru berdampak negatif tanpa signifikansi terhadap kebahagiaan pelanggan. Di sisi lain, Tareq N. Hashem dan Nafez Nimer Ali *et al.* (2024) menyimpulkan bahwa loyalitas pelanggan menunjukkan signifikansi positif dipengaruhi oleh mutu layanan, berlawanan dengan pendapat Abror *et al.* (2020) yang menunjukkan pengaruh negatif. Penelitian Ali *et al.* (2022) memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak positif terhadap loyalitas, berbeda dengan hasil Qomarsyah *et al.* (2023) yang menegaskan bahwa loyalitas tidak secara signifikan berdampak terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan pra-survei terhadap 50% dari sampel terkait kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan aplikasi *streaming* Viu berdasarkan faktor kualitas layanan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Data terkumpul dari 35 responden yang merupakan pengguna aplikasi Viu. Pra-survei ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi potensi permasalahan dalam kualitas layanan yang disediakan serta implikasinya terhadap tingkat kepuasan yang secara langsung dapat dialami oleh pelanggan. Berdasarkan pra-survei yang telah dilakukan, berikut merupakan persentase hasil pra-survei kepuasan pelanggan di aplikasi *streaming* Viu.



Gambar 1.3 Hasil Pra-Survei Loyalitas Pelanggan
Sumber: Data Peneliti

Mengacu pada hasil pra-survei yang dilakukan, terlihat bahwa persentase sebesar 74,3% pelanggan aplikasi Viu merasakan ketidakpuasan terhadap kualitas layanan yang diberikan, sementara hanya 25,7% pelanggan yang merasa puas. Tingkat kepuasan pelanggan belum mencapai nilai ideal, yakni 100%, atau setidaknya melampaui proporsi pelanggan yang mengalami ketidakpuasan. Untuk mengidentifikasi berbagai elemen yang memberikan pengaruh kepada kepuasan, variabel seperti kualitas layanan serta loyalitas pelanggan turut diikutsertakan dalam tahap pra-survei sebagaimana tercantum dalam tabel berikut:

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Aplikasi Viu menyediakan konten yang bervariasi dan sesuai dengan preferensi saya.	60%	40%
2	Kecepatan akses <i>streaming</i> di aplikasi Viu	62,9%	37,1%

No	Pernyataan	Ya	Tidak
	memenuhi harapan saya.		
3	Aplikasi Viu memberikan respons cepat terhadap masalah atau keluhan pengguna.	74,3%	25,7%
4	Kualitas Layanan Viu memberikan informasi yang jelas dan membantu.	65,7%	34,3%
5	Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi Viu.	91,4%	8,6%
6	Pengalaman saya menggunakan Viu secara keseluruhan sangat memuaskan.	91,4%	8,6%
7	Aplikasi Viu memenuhi ekspektasi saya dalam hal hiburan digital.	94,3%	5,7%
8	Saya cenderung mempromosikan aplikasi Viu kepada orang lain.	94,3%	5,7%
9	Saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi Viu di masa mendatang.	94,3%	5,7%
10	Saya lebih memilih Viu dibandingkan platform <i>streaming</i> lainnya.	85,7%	14,3%

Mengacu pada Tabel 1.1 Hasil pra-survei menunjukkan kepuasan pelanggan aplikasi Viu berdasarkan beberapa faktor, yakni kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan dan juga kualitas layanan. Hasil tersebut menggambarkan bahwa banyak pelanggan merasa tidak puas terutama disebabkan oleh kualitas layanan yang dinilai kurang baik, sehingga mereka tidak merasakan kepuasan. Dengan demikian, kualitas layanan yang tidak memadai dapat menyebabkan pelanggan merasa tidak terpuaskan dan cenderung mengalihkan loyalitas mereka dari aplikasi streaming VIU.

Riset berikut dilakukan guna mengidentifikasi serta menganalisis apakah kepuasan pelanggan dan kualitas layanan aplikasi *streaming* Viu memengaruhi loyalitas pelanggan dengan judul penelitian “**Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi *Streaming* Viu**” Hal ini akan dilakukan berdasarkan riset yang telah disebutkan di atas dan penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa memenuhi harapan pengguna sangat penting bagi kelangsungan layanan *streaming* Viu dalam jangka panjang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka rumusan penelitian

adalah seperti berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi *streaming* Viu?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan aplikasi *streaming* Viu?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan aplikasi *streaming* Viu?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan aplikasi *streaming* Viu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi *streaming* Viu.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan aplikasi *streaming* Viu.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan aplikasi *streaming* Viu.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan aplikasi *streaming* Viu.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan bermanfaat dalam pengaplikasian teori- teori yang selama ini telah dipelajari dalam masa perkuliahan. Dengan menitikberatkan pada aspek kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih secara signifikan terhadap pengembangan perilaku konsumen di dalam perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menyumbangkan wawasan dan perspektif aplikatif yang dapat diakomodasi oleh perusahaan yang bergerak di bidang sejenis dalam upaya optimalisasi kualitas pada layanan, sehingga nantinya dapat dijadikan sebagai upaya peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dirancang untuk memberikan wawasan mendalam kepada perusahaan terkait sejauh mana kualitas layanan dari aplikasi streaming Viu mampu membentuk kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berperan dalam memperkuat loyalitas mereka. Hasil akhir yang diperoleh dari penelitian ini dapat berfungsi sebagai acuan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi yang lebih terfokus untuk menguatkan mutu pada layanan, menjaga basis pelanggan yang telah ada, menarik pengguna baru, serta mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

