

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diera sekarang ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa perubahan pada gaya hidup masyarakat. Salah satunya adalah cara menonton tayangan. Dulu, orang menggunakan TV dan DVD untuk menonton acara, tetapi sekarang kebiasaan orang berubah untuk menonton melalui media *streaming*.

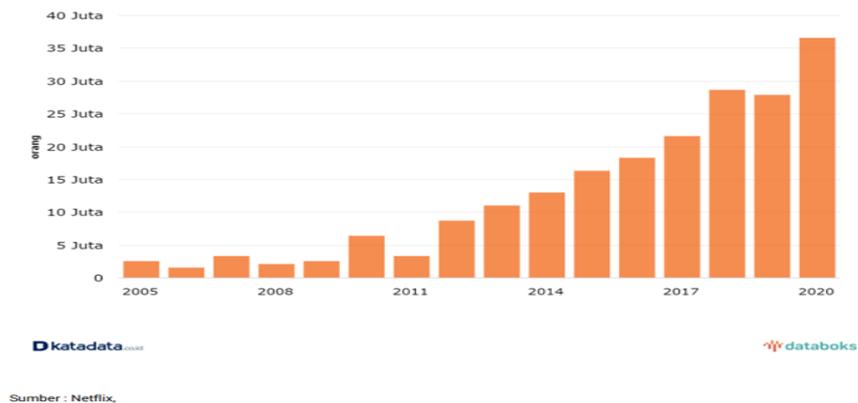
Pesatnya perkembangan teknologi menjadikan internet sebagai media baru khususnya dalam bidang teknologi untuk membantu manusia. Jauh sebelum munculnya internet, orang menggunakan media tradisional untuk mengakses informasi dan hiburan, seperti radio, buku, surat kabar, televisi, dll. Media baru dan teknologi baru yang terus berkembang selalu muncul dalam berbagai bentuk dan karakteristik, salah satunya dalam bidang hiburan, dimana media baru seperti media streaming bermunculan, baik konten video maupun audio. Hal ini telah menjadi bagian dari masyarakat dalam menggunakan media yang sering digunakan dalam kegiatan sehari-hari.

Ada banyak aplikasi streaming film yang dapat diakses secara mudah, salah satunya aplikasi Netflix. Netflix mulai masuk ke Indonesia pada Januari 2016 kemudian layanan dilegalkan secara resmi di Indonesia pada tahun 2020. Hingga pada Juli 2020, Netflix bermitra dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Sebelumnya, akses layanan streaming Netflix oleh masyarakat

Indonesia diblokir oleh Telkom sejak 2016. Pemblokiran ini dilakukan sebagai bentuk kepatuhan terhadap pemerintah karena belum adanya kepastian layanan Netflix hal ini dikemukakan oleh Citradi tahun 2020. Awalnya, Netflix belum memiliki izin untuk launching di Indonesia karena dianggap memiliki muatan konten yang tidak diperbolehkan sesuai dengan izin tayang di Indonesia. Namun dilihat dari segi keuntungan yang memiliki tingkat peluang tinggi akhirnya kedua belah pihak Netflix dan Telkomsel pun kemudian menjalin kerjasama.

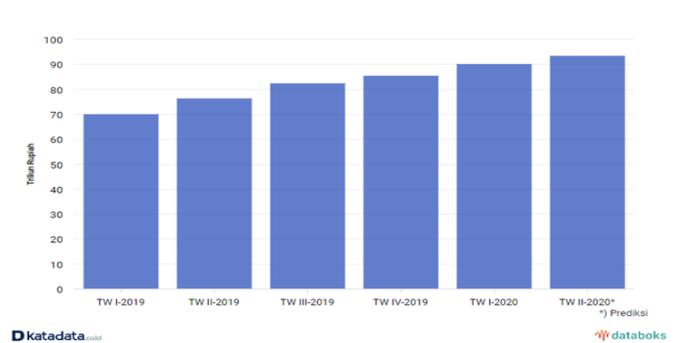
Netflix adalah layanan streaming yang memungkinkan penggunanya menonton film atau acara TV tanpa iklan dan bisa diakses melalui perangkat yang terhubung dengan internet. Netflix saat ini memiliki lebih dari 30 bahasa dari 190 Negara. Netflix telah masuk berkali-kali sebagai nominasi dalam acara penghargaan, dikutip dari Situs web App Annie, Netflix masuk ke dalam peringkat pertama pada Top 10 Apps by All-Time Consumer Spend (2010-2019).

Sejak pembatasan sosial skala besar pertama (PSBB), akibat dari pandemi COVID-19 di Indonesia banyak orang diminta untuk tinggal di rumah sampai batas waktu yang tidak ditentukan. Penutupan bioskop juga membuat orang mencari jalan pintas dan lebih memilih akses menonton film secara online seperti mengakses layanan streaming Netflix. Netflix merupakan aplikasi berbayar yang dapat diperpanjang dengan periode tertentu oleh setiap pelanggan.



Gambar 1.1 Sumber: databoks.katadata.co.id/

Pada tahun 2020, total pelanggan Netflix tercatat sebanyak 203,7 juta orang di dunia. Angka tersebut diperoleh setelah jumlah pengguna baru sepanjang tahun lalu atau selama pandemi Covid-19 mencapai 36,6 juta, tambahan paling tinggi sejak layanan streaming ini beroperasi.

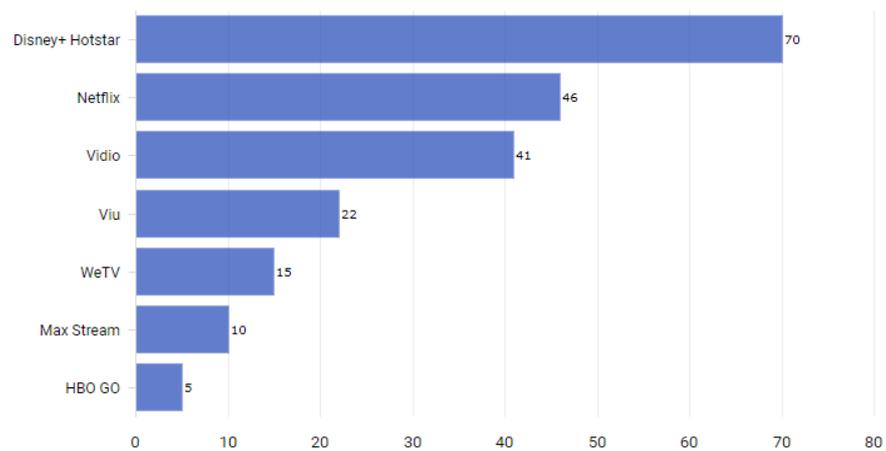


Gambar 1.2 Sumber: databoks.katadata.co.id/

Pada layanan streaming, Netflix mengalami peningkatan pendapatan di tengah pandemi. Dari US\$ 5,5 miliar pada triwulan IV-2019 menjadi US\$ 5,8 miliar di triwulan I-2020. Nominal tersebut setara dengan Rp 85,5 triliun dan Rp 90,2 triliun dengan kurs Rp 15.550/USD. Pendapatan Netflix di triwulan I-2020 meningkat 27,6% dibanding tahun lalu di periode yang sama. Hal ini

berbanding lurus dengan bertambahnya pelanggan berbayar Netflix. Pada triwulan I-2020, jumlahnya menjadi 182,9 juta pelanggan berbayar.

Fenomena yang penulis ambil dalam penelitian ini adalah apakah strategi pemasaran melalui pengaruh fitur dan harga terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Netflix.



Gambar 1. 3 Sumber: databoks.katadata.co.id/

Pada tahun 2023, Netflix tertinggal dari Disney + Hotstar yang sudah mengambil alih platform aplikasi video *streaming* berbayar paling laris di Indonesia. Menurut survey, Disney + Hotstar menjadi aplikasi paling laris dengan 70% responden berlangganan yang disusul oleh Netflix dan platform video *streaming* lainnya. Tetapi Netflix pada tahun 2023 ini mempunyai rencana atau program “*Basic with Ads*”, yang akan mencapai 7,5 juta pelanggan. Prediksi tersebut sudah memiliki hasil yang telah dianalisis oleh Douglas Anmuth adalah Direktur Pelaksana, Analisis Internet di J.P. Morgan Securities Inc. Hal tersebut berkaitan dengan target Netflix untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan di tahun 2023.

Research Gap

Tabel 1.1

Sumber dari jurnal yang telah dipublikasikan

No	Research Gap	Hasil Penelitian	Peneliti
1	Adanya perbedaan hasil penelitian antara fitur dengan keputusan pembelian	Fitur berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian	Hutami Permita Sari (2016) Yuliza (2019) Aditya Yessika Alana, et. al (2021)
		Fitur berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan pembelian	
		Fitur berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian	
2	Adanya perbedaan hasil penelitian harga dengan keputusan pembelian.	Harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian	Ikhsan Faozi dan SB Handayani (2019) Jackson R.S. Weenas (2013) Dhio Rayen Rawung. Sem G.

No	Research Gap	Hasil Penelitian	Peneliti
			Oroh, et. all (2015)
		Harga berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan pembelian	Marwia (2019) Asrizal Efendy Nasution , Linzzy Pratami Putri , et. all (2019)
		Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian	Malonda Deisy, Joyce Lapian, Yunita Mandagie

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ikhsan Faozi dan SB Handayani pada tahun 2019 serta Sugiharto dan Jackson R.S. Weenas pada tahun 2013, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan keputusan pembelian konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan menjadi bahasan dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh fitur terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi Netflix?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi Netflix?

1.3 Tujuan Penelitian

Dilihat dari pertanyaan penelitian diatas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh fitur terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Netflix.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Netflix.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dengan melakukan penelitian ini antara lain adalah:

1. Manfaat praktis

Bagi Penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman secara langsung perihal cara mengetahui pengaruh fitur dan harga terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat teoritis

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai pijakan atau referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh fitur dan harga terhadap keputusan pembelian dan bisa menjadi bahan kajian lebih lanjut.

3. Manfaat Bagi Perusahaan

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi bagi perusahaan.

4. Bagi peneliti selanjutnya Hasil penelitian ini dapat digunakan refrensi dalam melakukan penelitian pada topik yang sama.