

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
INTENTION TO SUBSCRIBE APLIKASI VIDEO ON DEMAND
DI JABODETABEK**

WASYIATUL ILHAM PRATAMA

1707618021



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan Bisnis pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

ABSTRAK

WASYIATUL ILHAM PRATAMA. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Intention to Subscribe* Aplikasi *Video on Demand* di Jabodetabek. Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *E-WOM*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived value*, *perceived price*, dan *perceived quality* terhadap *intention to subscribe* aplikasi *video on demand* di Jabodetabek. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria antara lain berdomisili di wilayah Jabodetabek dan konsumen umum yang ingin menggunakan aplikasi streaming Disney+ Hotstar. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 284 responden. Metode analisis menggunakan *SEM (Structural Equation Modeling)* dengan menggunakan *software AMOS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived value* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *intention to subscribe*. *Perceived ease of use* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*. Lalu *perceived price* dan *perceived quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *perceived value*. Namun *E-WOM* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *intention to subscribe* aplikasi *video on demand* di Jabodetabek. *Perceived usefulness* dapat memediasi hubungan antara *perceived ease of use* dan *intention to subscribe*.

Kata Kunci: *Intention to Subscribe, Brand Image, E-WOM, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Value, Perceived Price, Perceived Quality*

**ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE INTENTION TO
SUBSCRIBE ON DEMAND VIDEO APPLICATIONS IN
JABODETABEK**

WASYIATUL ILHAM PRATAMA

1707618021



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**This Thesis was prepared as one of the requirements for obtaining bachelor's
degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta**

BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

ABSTRACT






WASYIATUL ILHAM PRATAMA. Analysis of Factors That Influence Intention to Subscribe on Demand Video Applications in Jabodetabek. Jakarta: Business Studies Education Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2024.

This study aims to determine the effect of brand image, E-WOM, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived value, perceived price, and perceived quality on intention to subscribe of video on demand applications in Jabodetabek. The sampling method used was purposive sampling with criteria including domicile in the Jabodetabek area and general consumers who want to use the Disney+ Hotstar streaming application. The number of samples in this study was 284 respondents. The analysis method uses SEM (Structural Equation Modeling) using AMOS software. The research results show that brand image, perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived value have a positive and significant relationship with intention to subscribe. However, E-WOM does not have a significant relationship with intention to subscribe to video on demand applications in Jabodetabek.

Keywords: Intention to Subscribe, Brand Image, E-WOM, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Value, Perceived Price, Perceived Quality

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Christian Wiradendi Wolor, SE., MM NIP. 199110182019031014 (Ketua Sidang)		1 Februari 2024
2	Muhammad Fawaiq, M.Ec. Dev. NIP. 198507232010121002 (Penguji 1)		23 Januari 2024
3	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji 2)		23 Januari 2024
4	Andi Muhammad Sadat, SE, M.Si., Ph.D NIP. 197412021200812001 (Pembimbing 1)		1 Februari 2024
5	Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIP. 198103222023212013 (Pembimbing 2)		23 Januari 2024

Nama : Wasyiatul Ilham Pratama
No. Registrasi : 1707618021
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 16 Januari 2024

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 22 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Wasyiatul Ilham Pratama

(1707618021)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *intention to subscribe* aplikasi *video on demand* di Jabodetabek”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Nadya Fadillah F, S.Pd, M.Pd, selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing, memberikan arahan selama perkuliahan.
3. Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama proses penulisan skripsi ini.
4. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama proses penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen fakultas ekonomi, terkhusus kepada dosen-dosen program studi pendidikan bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan pengalaman selama masa perkuliahan.
6. Keluarga saya yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat dalam setiap langkah saya.
7. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan bantuan selama proses penulisan skripsi.

Skripsi ini merupakan hasil dari kerja keras, dedikasi, dan kesungguhan penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Negeri Jakarta. Meskipun banyak

hambatan dan tantangan yang penulis hadapi, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas kesalahan yang terdapat dalam skripsi ini dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi para peneliti dan pembaca sekalian.

Jakarta, 9 Januari 2024

Penulis,

Wasyiatul Ilham Pratama

1707618021