

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang sangat pesat, memfasilitasi masyarakat untuk menonton dan mengunduh film tanpa harus berlangganan TV satelit/kabel, membeli CD/DVD atau membeli tiket bioskop. Dampak yang dirasakan dari keberadaan internet yakni adanya perubahan pola konsumsi masyarakat dalam menonton film. Pada awalnya, masyarakat hanya dapat menonton film melalui layar televisi atau datang ke bioskop, namun kini menonton film dapat dilakukan secara online (*streaming*) melalui PC (*personal computer*) dan segala jenis *gadget*.

Sebelum *streaming* film berlisensi tersedia, internet hanya menyediakan situs ilegal bagi penonton *streaming* film. Akibatnya, dari situs ilegal tersebut terkadang menjadi salah satu penyebab terjadi kerusakan pada komputer atau perangkat pengguna, karena situs tersebut memiliki *script malware* yang berbahaya (www.viva.co.id, 2017). Situs ilegal ini juga dinilai merugikan kreator film karena situs tersebut menayangkan film secara gratis tanpa adanya izin legal dari pihak kreator film. Oleh sebab itu, pihak pemerintah melakukan penanggulangan masalah dengan melakukan pemblokiran pada situs-situs ilegal yang melakukan pelanggaran Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) para kreator film, salah satu contohnya adalah situs ilegal IndoXXI yang ditutup pada tanggal 1 Januari 2020 (kompas.com, 2019). Dengan mempertimbangkan permasalahan-permasalahan tersebut, saat ini

banyak pengguna yang beralih ke *streaming* film berlisensi. Pertimbangan lain adalah *streaming* film berlisensi mempermudah pengguna untuk mencari, mengunduh, dan menonton film kapanpun dan dimanapun. Keberadaan *streaming* film berlisensi mendapatkan dukungan dari masyarakat khususnya bagi penggemar film di Indonesia, karena antusiasme masyarakat Indonesia terhadap film sangat tinggi, hal ini dibuktikan dengan jumlah penonton film di Indonesia yang meningkat sebanyak 230 persen dalam lima tahun terakhir (katadata.co.id, 2019). Untuk mempermudah masyarakat, kini *streaming* film berlisensi tidak hanya tersedia dalam bentuk situs *web*, namun juga tersedia dalam bentuk aplikasi.

Salah satu cara *streaming* film berlisensi untuk menarik konsumen adalah dengan cara menawarkan serial drama dan film dari negara Korea Selatan. Hal ini disebabkan karena, sebagian besar remaja di Indonesia khususnya yang berjenis kelamin perempuan menyukai budaya dari negara Korea Selatan. Budaya-budaya tersebut dipresentasikan dalam bentuk serial drama, film, kosmetik, pakaian, makanan, dan musik (swa.co.id, 2016). *Streaming* film berlisensi yang menyediakan serial drama dan film dari negara Korea Selatan adalah VIU. VIU merupakan layanan *streaming online* resmi melalui aplikasi *mobile* yang diluncurkan oleh PCCW (Pacific Century Cyberworks) Ltd. yakni perusahaan telekomunikasi asal Hong Kong. PCCW Ltd. selaku *developer* aplikasi VIU. Pengguna *mobile* dapat mengunduh aplikasi VIU yang tersedia di *Google Playstore* dan *AppStore*, sedangkan bagi pengguna PC dapat mengakses VIU pada situs web resmi. Di aplikasi VIU terdapat tiga layanan yang disediakan untuk pengguna aplikasi *streaming online* ini, yaitu *trial premium version*

(layanan gratis dengan *locked features*, berlaku 30 hari setelah akun baru dibuat); *freemium version* (layanan gratis dengan konten terbatas, berlaku selamanya); dan *premium version* (layanan berbayar dengan *locked features*, berlaku sesuai dengan jangka waktu yang dipilih oleh pengguna).

Aplikasi VIU diluncurkan di beberapa negara Asia, salah satunya di Indonesia. Aplikasi VIU memiliki jumlah unduhan di *Google playstore* mencapai 50 (lima puluh) juta kali di Indonesia sejak dirilis pada bulan Mei tahun 2016. Dari total 50 (lima puluh) juta unduhan, 72% atau sekitar 36 (tiga puluh enam) juta pengguna diantaranya merupakan pengguna aktif bulanan dalam semester pertama di tahun 2019 (cnnindonesia.com, 2019). Dengan jumlah pengguna aktif yang cukup besar sebagian diantaranya merupakan penggemar konten gratis atau pengguna *freemium version*. Hal tersebut dibuktikan oleh pendapat dari Prakash selaku *Chief Operating Officer* (COO), yang menyatakan bahwa kebanyakan dari pengguna layanan *streaming online* VIU di Indonesia cenderung menyukai konten gratis daripada membayar untuk berlangganan konten (cnnindonesia.com, 2019). Dengan mempertimbangkan kecenderungan masyarakat Indonesia yang menyukai konten gratis, *developer* menawarkan layanan gratis seperti *trial premium version* yaitu layanan *premium* dengan masa percobaan gratis terbatas waktu yang khusus disediakan untuk pengguna baru aplikasi VIU.

Aplikasi VIU menyediakan tiga layanan yang dapat dipilih oleh pengguna. Masing-masing layanan tersebut memiliki perbedaan yang secara singkat dirincikan dalam tabel 1.1 di halaman 4 berikut ini.

Tabel 1.1
Perbandingan atribut antara *trial premium version*, *freemium version*, dan *premium version*

Spesifikasi	<i>Trial Premium Version</i>	<i>Freemium Version</i>	<i>Premium Version</i>
Jeda iklan	Tidak ada	Ada (6-11 iklan dalam satu video, tergantung durasi pemutaran video).	Tidak Ada
Jadwal tayang film dan serial terbaru	Cepat (jadwal tayang video di aplikasi di hari yang sama dengan jadwal rilis film, <i>simulcast</i>).	Lambat (jadwal tayang menunggu 1 bulan setelah film tersebut rilis).	Cepat (jadwal tayang video di aplikasi di hari yang sama dengan jadwal rilis film, <i>simulcast</i>).
Jumlah Video yang dapat ditonton serta diunduh dan jangka waktu berlaku	Tidak terbatas (seluruh serial dan film termasuk <i>locked features</i> dapat ditonton dan diunduh selama 30 hari sejak akun baru dibuat di aplikasi VIU dan setelah 30 hari layanan tidak dapat ditonton maupun diunduh kembali, kecuali pengguna segera beralih ke layanan berbayar ' <i>premium version</i> ').	Terbatas (jumlah serial atau film hanya dapat ditonton sebanyak 70% dari jumlah seluruh serial dan film yang ada dalam aplikasi VIU. Layanan ini tidak menyediakan pengunduhan film).	Tidak Terbatas (seluruh serial dan film termasuk <i>locked features</i> dapat ditonton dan diunduh selama masa berlangganan layanan. Masa berlangganan disesuaikan dengan pembelian yang dilakukan pengguna yakni, 1 minggu, 1 bulan, atau 6 bulan).
Berbayar (<i>pricing</i>)	Tidak/Gratis	Tidak/Gratis	Ya (pembayaran disesuaikan dengan masa berlaku yang dipilih oleh pengguna).

Sumber: www.viu.com

Tabel 1.1. menunjukkan tiga layanan aplikasi VIU secara berurutan meliputi *trial premium version*, *freemium version* dan *premium version* yang memiliki spesifikasi masing-masing, sehingga membedakan satu layanan dengan layanan lainnya. *Trial premium version* adalah layanan tidak berbayar tanpa jeda iklan, jadwal tayang yang *simulcast* dan menyediakan jumlah serial drama/film yang tidak terbatas (termasuk *locked features*). *Trial premium version* memiliki batasan pemakaian yaitu hanya dapat digunakan selama 30 hari setelah akun baru dibuat dan setelah 30 hari berakhir layanan tidak dapat digunakan kembali selama akun tersebut

terdaftar di aplikasi VIU. *Freemium version* adalah layanan gratis yang disediakan oleh aplikasi VIU kepada pengguna yang memilih untuk tidak berlangganan aplikasi VIU setelah *trial premium version* berakhir. *Freemium version* tidak memiliki batasan waktu tertentu dan dapat digunakan berulang kali. *Premium version* adalah layanan berbayar yang tidak terdapat jeda iklan, jadwal tayang yang *simulcast* dan menyediakan jumlah serial dan film yang tidak terbatas (termasuk *locked features*). Layanan *premium version* ini dapat digunakan berulang kali jika pengguna memilih untuk berlangganan kembali setelah masa berlangganan telah berakhir. Jika akun seseorang telah menggunakan masa percobaan *trial premium version* hingga masa aktif selama 30 hari telah berakhir, namun masih ingin menggunakan fitur-fitur layanan yang ada pada *trial premium version* maka orang tersebut dapat membeli layanan aplikasi VIU *premium version*.

Keberadaan layanan *premium* pada *trial premium version* adalah bertujuan untuk meningkatkan jumlah *actual buyer* aplikasi VIU *premium version*, sehingga *developer* memberi masa percobaan aplikasi VIU *trial premium version* kepada pengguna baru. *Trial premium version* diberikan untuk memperkenalkan layanan *premium* dengan pengguna baru, karena tujuan utama adanya penawaran *trial premium version* adalah untuk menginformasikan bahwa *trial premium version* merupakan versi gratis dari *premium version* dan masa percobaan gratis ini hanya dapat digunakan sekali pada satu akun setelah masa berlaku berakhir.

Trial *premium version* memfasilitasi pengguna untuk merasakan *locked features* yang hanya tersedia pada *trial premium version* dan *premium version*. Pemberian masa percobaan *trial premium version* kepada pengguna baru tersebut bertujuan untuk memberikan perbandingan kepada pengguna baru mana yang lebih baik antara *freemium version* dengan *premium version*. Ketika masa percobaan *trial premium version* berakhir, pengguna dapat menggunakan kembali *locked features* jika pengguna memilih untuk berlangganan *premium version*. Oleh karena itu, pemberian layanan *Trial premium version* secara gratis kepada pengguna adalah salah satu bentuk upaya yang dilakukan *developer* agar *potential buyer* tertarik untuk beralih menggunakan layanan *premium version* setelah masa percobaan *trial premium version*-nya berakhir. Sayangnya, tidak semua *potential buyer* mau melakukan pembelian *premium version* setelah *trial premium version* berakhir. Bagi pihak *developer*, pentingnya mengalihkan pengguna *trial premium version* untuk menjadi pelanggan *premium version* karena dengan banyaknya pengguna yang berlangganan pada *premium version*, maka pendapatan *developer* akan meningkat. Sedangkan, bagi pihak pengguna, pentingnya beralih ke *premium version* adalah agar pengguna dapat memperpanjang masa aktif akses pengguna *locked features* yang tersedia di *premium version*. Oleh sebab itu, hal yang perlu diperhatikan oleh pihak *developer* untuk menarik pengguna agar mau membeli *premium version* adalah dengan meningkatkan *service quality* misalnya dengan meningkatkan kualitas layanan *customer service*, *audio*, *video*, tampilan aplikasi dari layanan *trial premium version*, sehingga *potential*

buyer akan beralih menjadi *actual buyer* layanan *premium version* ketika pengguna menilai *trial premium version* memiliki kualitas layanan yang baik.

Oleh karena itu, penyedia layanan/jasa perlu meningkatkan kualitas layanan pada aplikasi *trial premium version* agar pengguna dapat memberikan penilaian kualitas, sehingga menarik pengguna untuk membeli aplikasi *premium version*. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Carrillat *et. al.* (2009) yang menyatakan bahwa penyedia jasa (*provider*) harus memiliki kualitas layanan yang baik agar dapat meningkatkan niat beli pengguna. Kualitas layanan (*service quality*) dinilai oleh pengguna berdasarkan seberapa baik *interaction quality*, *environment quality* dan *outcome quality* yang dimiliki suatu penyedia jasa/layanan (Brady dan Cronin, 2001). Apabila pengguna menilai suatu jasa memiliki kualitas layanan yang baik berdasarkan seberapa baik cara penyedia jasa berinteraksi dengan pengguna, seberapa baik kondisi tempat dimana proses penyampaian jasa berlangsung, dan seberapa baik hasil dan manfaat yang didapatkan pengguna dari layanan/ jasa tersebut, maka pengguna merasa bahwa jasa tersebut memiliki keunggulan yang tidak akan didapatkan dari penyedia jasa sejenis lainnya sehingga pengguna akan berencana untuk membeli jasa tersebut di masa depan. Sebagai *developer* aplikasi VIU, untuk meningkatkan niat beli pengguna pada aplikasi VIU *premium version*, perlu meningkatkan kualitas layanan seperti *interaction quality*, *environment quality* dan *outcome quality* dari aplikasi *trial premium version*.

Interaction quality adalah kualitas interaksi antara pengguna aplikasi dengan penyedia layanan (Lu *et. al.*, 2009). Saat proses penyampaian layanan berlangsung, kualitas interaksi yang dinilai pengguna terhadap penyedia layanan meliputi sopan santun, kecepatan dalam menanggapi permasalahan pengguna dan andal dalam menyelesaikan masalah pengguna. Dalam suatu perusahaan pengembangan aplikasi, *developer* menugaskan admin untuk menerima laporan dari pengguna aplikasi serta membantu pengguna ketika menemukan kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi. Oleh sebab itu, admin yang mewakili *developer* dari suatu aplikasi seharusnya memiliki *interaction quality* yang baik, melalui *online review* maupun *offline review* (telepon). Pada aplikasi *trial premium version* penilaian kualitas interaksi antara pengguna dengan admin aplikasi dinilai berdasarkan seberapa baik tingkat keramahan, kesopanan, dan kesediaan yang ditunjukkan admin untuk membantu pengguna, serta seberapa baik kemampuan admin dalam menyelesaikan masalah dan seberapa baik kemampuan admin dalam menjawab pertanyaan pengguna.

Interaction quality berpengaruh terhadap kepuasan (*satisfaction*) pengguna setelah menggunakan produk atau jasa (Zhao *et. al.*, 2012). *Satisfaction* adalah respon emosional yang timbul setelah kinerja jasa/layanan yang diterima pengguna memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna (Pollack, 2009). Pada umumnya suatu aplikasi sering mengalami kegagalan beroperasi, sehingga pengguna berusaha untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dengan salah satu caranya adalah menghubungi pihak admin dari aplikasi. Begitu pula yang terjadi pada aplikasi

trial premium version, pengguna juga akan menemukan permasalahan tertentu ketika aplikasi beroperasi, sehingga pengguna cenderung untuk melaporkan atau mengajukan keluhan pada admin dari aplikasi. Kualitas interaksi dalam menanggapi keluhan tersebut, menentukan tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi *trial premium version*.

Environment quality adalah kualitas yang dinilai pengguna berdasarkan *tangible features* yang dimiliki suatu aplikasi (Lu *et. al.*, 2009). *Environment quality* pada suatu aplikasi yang dinilai oleh pengguna meliputi *equipment quality* dan desain *interface* aplikasi. Suatu aplikasi dinilai memiliki keunggulan pada *environment quality* ketika aplikasi tersebut memiliki *equipment* yang baik sehingga dapat beroperasi dengan tingkat kestabilan jaringan yang tinggi serta memiliki desain *interface* yang jelas dan teratur bagi pengguna ketika menggunakan suatu aplikasi (Zhao *et. al.*, 2012). Desain *interface* yang teratur misalnya tata letak kolom pilihan pengguna pada aplikasi tertata rapi dan memudahkan penemuan item yang dipilih, tipe *font* pada aplikasi mudah dibaca dan cerah (*contrast*) warna latar belakang yang tidak terlalu terang atau terlalu gelap (Tarasewich, 2002) dalam (Lu *et. al.*, 2009). Pada aplikasi *trial premium version*, *environment quality* dinilai pengguna berdasarkan kestabilan jaringan internet aplikasi, desain yang dimiliki aplikasi, respon yang ditunjukkan oleh aplikasi ketika menerima perintah yang diberikan pengguna serta kemampuan aplikasi untuk tetap beroperasi walaupun di tempat yang susah dijangkau oleh sinyal.

Environment quality berpengaruh terhadap rasa puas pengguna setelah menggunakan produk atau jasa (Lien *et. al.*, 2017). *Tangible features* aplikasi yang menunjukkan tingkat kecepatan dan keteraturan yang tinggi dapat menentukan tingkat kepuasan pengguna. Keterlibatan *developer* dalam menciptakan *environment quality* yang nyaman bagi pengguna aplikasi *trial premium version*, akan menentukan tingkat kepuasan pengguna pada aplikasi tersebut.

Outcome quality adalah kualitas yang dinilai oleh pengguna berdasarkan hasil yang diterima pengguna dan manfaat apa yang diterima oleh pengguna setelah proses penyampaian layanan berakhir (Wu & Cheng, 2013). *Outcome quality* yang dinilai pengguna meliputi *punctuality*, *tangible* dan *valence* (Lu *et. al.*, 2009). Pada aplikasi *trial premium version* pengguna akan menilai *outcome quality* berdasarkan ada tidaknya ketersediaan persentase waktu tunggu pengunduhan, kecepatan proses pengunduhan, serta seberapa baik aplikasi memberikan rekomendasi film terkait dengan minat pengguna.

Menurut Choi dan Kim (2013) *outcome quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Pengguna menilai suatu jasa tidak hanya menilai dari proses saja, melainkan dari hasil penyampaian layanan/jasa. Pada saat pengguna menggunakan aplikasi, pengguna tidak hanya menilai berdasarkan bagaimana aplikasi tersebut beroperasi namun juga apa dampak yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakan aplikasi tersebut. Upaya yang dilakukan aplikasi VIU untuk menunjukkan *interaction quality*, *environment quality* dan *outcome quality* yang baik

pada pengguna baru adalah dengan memberikan masa percobaan gratis layanan *premium* atau disebut versi *trial premium* (www.viu.com). Versi *trial premium* yang dinilai memiliki keunggulan bagi pengguna, akan memberikan pengalaman menyenangkan dan kemudian meningkatkan kepuasan pengguna terhadap aplikasi VIU.

Kepuasan (*satisfaction*) pengguna terhadap suatu aplikasi dapat mempengaruhi *stickiness* (kelekatan) pengguna terhadap terhadap aplikasi (Lien *et. al.*, 2017). Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi VIU *trial premium version* tersebut, semakin lekat pengguna terhadap aplikasi VIU *trial premium version* tersebut. Kelekatan (*stickiness*) didefinisikan sebagai tingkat kecenderungan pengguna menggunakan suatu aplikasi secara terus-menerus dan berkelanjutan serta kecenderungan untuk memperpanjang durasi penggunaan aplikasi tersebut (Furner *et. al.*, 2015). Menurut teknournal.com (2012), kesuksesan suatu aplikasi diukur dari tingkat lama waktu yang dihabiskan pengguna untuk menggunakan suatu aplikasi dan seberapa sering intensitas pemakaian pengguna terhadap aplikasi tersebut, sehingga tidak diukur dari jumlah *download* saja. Aplikasi yang baik adalah aplikasi yang mampu memenuhi kebutuhan pengguna dimanapun dan kapanpun, selalu menawarkan fitur-fitur terbaik sehingga membentuk pengalaman-pengalaman baru bagi penggunanya, dan memiliki beberapa fungsi yang dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas penggunanya.

Pengguna yang puas dengan *interaction quality*, *environment quality* dan *outcome quality* dari aplikasi *trial premium version* menjadi penyebab lekatnya pengguna terhadap aplikasi *trial premium version*. Sayangnya, *trial premium version* memiliki jangka waktu yang sangat terbatas sehingga seseorang yang melekat dengan aplikasi *trial premium version* perlu membeli *premium version* agar tetap dapat menggunakan layanan *premium*. Oleh sebab itu, *developer* perlu berupaya untuk menciptakan aplikasi terbaik dan secara berkelanjutan melakukan perbaikan pada aplikasinya agar mempengaruhi *stickiness* pengguna terhadap aplikasi tersebut. Meningkatnya kepuasan pengguna terhadap aplikasi *trial premium version*, akan meningkatkan kelekatan pengguna terhadap aplikasi *trial premium version*.

Menurut Hsu *et. al.*, (2012) *satisfaction* pengguna terhadap aplikasi *trial premium version* dapat mempengaruhi *purchase intention* pengguna terhadap aplikasi *premium version*. Artinya peningkatan kepuasan pengguna setelah menggunakan aplikasi *trial premium version* dapat meningkatkan niat beli pengguna pada aplikasi *premium version*. Hal ini disebabkan ketika pengguna puas dengan *trial premium version*, pengguna cenderung untuk meningkatkan jumlah durasi waktu penggunaan. Namun, *trial premium version* memiliki batas masa waktu tertentu. Sehingga, ketika masa aktif tersebut memasuki masa tenggang, maka pengguna akan meningkatkan niat beli pada *premium version* untuk tetap dapat mengakses *locked features*. Niat beli (*purchase intention*) didefinisikan sebagai tingkat kemungkinan pengguna akan membeli suatu produk/jasa di masa yang akan datang (Wu *et. al.*, 2011). Walaupun

satisfaction dapat mendorong *purchase intention* secara langsung, namun dalam suatu keadaan tertentu membutuhkan peran *stickiness* untuk meningkatkan *purchase intention* pengguna. *Stickiness* dapat menjadi salah satu faktor pembentuk niat beli (*purchase intention*) pengguna (Lin, 2007). Kaitannya dengan *potential buyer* dari aplikasi VIU *trial premium version*, ketika tingkat *stickiness* pengguna terhadap aplikasi VIU *trial premium version* tinggi, maka niat beli pengguna terhadap aplikasi VIU *premium version* juga tinggi.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tingkat *stickiness* yang tinggi pada pengguna dapat meningkatkan *purchase intention* pengguna (Hsu dan Lin, 2016). Untuk dapat meningkatkan *stickiness* pengguna suatu aplikasi harus memiliki keunggulan *service quality* misalnya tampilan menarik, layanan yang cepat tanggap, dan hasil akhir layanan yang baik. Setelah pengguna merasa “*sticky*” pada suatu aplikasi, maka pengguna akan meningkatkan *purchase intention* pada aplikasi tersebut.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Lien *et. al.* (2017). Perbedaan terletak pada *setting* penelitian, populasi dan lokasi yang diteliti. Penelitian ini meneliti pengguna aplikasi *trial premium version* yang belum pernah membeli aplikasi VIU *premium version* di Indonesia. Tujuannya untuk mengetahui perbedaan dampak *stickiness* pengguna pada jenis aplikasi *instant messenger service* dengan jenis aplikasi *video-on-demand*, serta apakah terdapat perbedaan dampak *stickiness* pengguna terhadap aplikasi di China dan di Indonesia.

Dari uraian di atas, peneliti mengangkat topik analisis pengaruh *interaction quality*, *environment quality* dan *outcome quality* terhadap *satisfaction*, *stickiness* pengguna pada aplikasi VIU *trial premium version* dan *purchase intention* pengguna pada aplikasi VIU *premium version*. Implikasi dari penelitian ini, untuk memperluas pemahaman *developer* terkait *stickiness* pengguna akan berdampak positif pada *purchase intention*. Dengan pemahaman ini, pihak *developer* dapat mengetahui determinan-determinan penting untuk meningkatkan *stickiness* dan pengaruhnya terhadap peningkatan *purchase intention* pengguna pada aplikasi VIU *premium version* untuk mendapatkan pengalaman yang lebih baik daripada ketika menggunakan *freemium version*.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah *interaction quality* berpengaruh terhadap *satisfaction* pengguna pada aplikasi VIU *trial premium version*?
2. Apakah *environment quality* berpengaruh terhadap *satisfaction* pengguna pada aplikasi VIU *trial premium version*?
3. Apakah *outcome quality* berpengaruh terhadap *satisfaction* pengguna pada aplikasi VIU *trial premium version*?
4. Apakah *satisfaction* pada aplikasi VIU *trial premium version* berpengaruh terhadap *purchase intention* pada aplikasi VIU *premium version*?
5. Apakah *satisfaction* berpengaruh terhadap *user stickiness* pada aplikasi VIU *trial premium version*?

6. Apakah *user stickiness* pada aplikasi VIU *trial premium version* berpengaruh terhadap *purchase intention* pada aplikasi VIU *premium version*?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *interaction quality* terhadap *satisfaction* pengguna pada aplikasi VIU *trial premium version*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *environment quality* terhadap *satisfaction* pengguna pada aplikasi VIU *trial premium version*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *outcome quality* terhadap *satisfaction* pengguna pada aplikasi VIU *trial premium version*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *satisfaction* terhadap *user stickiness* pada aplikasi VIU *trial premium version*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *satisfaction* pada aplikasi aplikasi VIU *trial premium version* terhadap *purchase intention* pada aplikasi VIU *premium version*.
6. Untuk mengetahui pengaruh *user stickiness* pada aplikasi VIU *trial premium version* terhadap *purchase intention* pada aplikasi VIU *premium version*.

1.4. Manfaat Penelitian

- Bagi Peneliti

Dari penelitian ini, manfaat yang didapat penulis adalah dapat menerapkan ilmu-ilmu yang didapat dari materi perkuliahan, khususnya materi yang berhubungan dengan pemasaran.

- Bagi Pemasar Perusahaan

Penelitian ini membantu memberi masukan dan sebagai bahan pertimbangan para *developer mobile app* dalam mengambil keputusan khususnya dalam bidang pemasaran versi berbayar aplikasi dengan mempertimbangkan faktor-faktor penting yang perlu diketahui agar konsumen tertarik untuk membeli aplikasi versi berbayar.

- Bagi Akademisi dan Peneliti selanjutnya

Penelitian ini bermanfaat dalam memperluas ilmu pemasaran, sehingga dapat digunakan sebagai penambah wawasan bagi pihak-pihak akademisi. Diharapkan dari penelitian ini dapat menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya dengan mengangkat tema yang sama dan memperbaiki kekurangan dari penelitian ini.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini terdiri atas 5 bab, yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab 1 menjelaskan fenomena yang melatarbelakangi tentang topik penelitian ini yaitu mengenai pentingnya peran *stickiness* pengguna terhadap aplikasi gratis dapat mempengaruhi niat beli pengguna terhadap aplikasi berbayar. Selain itu, di dalam bab 1 juga memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab 2 ini diuraikan landasan teori sebagai acuan dasar yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu, hubungan antar variabel, hipotesis dan model penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab 3 ini dijelaskan mengenai pendekatan penelitian yang digunakan, identifikasi masing-masing variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, prosedur penentuan sampel, prosedur penentuan data dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4 ini dijelaskan mengenai gambaran umum penelitian, deskripsi hasil, analisis uji statistik, pembuktian hipotesis, dan uraian dari hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Pada bab 5 ini dijelaskan simpulan yang ditarik berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kemudian memuat saran, kontribusi penelitian, dan kelemahan dari penelitian ini.