THE INFLUENCE OF PERFORMANCE EXPECTANCY AND PRICE VALUE ON FAVORABLE BEHAVIORAL INTENTIONS THROUGH SATISFACTION WITH VIU PLATFORM

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

ANZIL SAPUTRI
NIM. B1021211002

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK

2025

THE INFLUENCE OF PERFORMANCE EXPECTANCY AND PRICE VALUE ON FAVORABLE BEHAVIORAL INTENTIONS THROUGH SATISFACTION WITH VIU PLATFORM

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

ANZIL SAPUTRI
NIM. B1021211002

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK

2025

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Nama	: Anzil Saputri
NIM	: B1021211002
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul Proposal / TA	: *The Influence of Performance Expectancy and Price Value on Favorable Behavioral Intentions Through Satisfaction With Viu Platform*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Akhir dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Karya Akhir dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 15 Januari 2025



Anzil Saputri

NIM. B1021211002

PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Anzil Saputri
NIM	: B1021211002
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran
Tanggal Ujian	: 10 Januari 2025

Judul Karya Akhir:
The Influence of Performance Expectancy and Price Value on Favorable Behavioral Intentions Through Satisfaction With Viu Platform

Menyatakan bahwa Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 15 Januari 2025



Anzil Saputri
NIM. B1021211002

LEMBAR YURIDIS

THE INFLUENCE OF PERFORMANCE EXPECTANCY AND PRICE VALUE ON FAVORABLE BEHAVIORAL INTENTIONS THROUGH SATISFACTION WITH VIU PLATFORM

Penanggung jawab Yuridis

Anzil Saputri
B1021211002

Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran
Tanggal Ujian	: 10 Januari 2025

MAJELIS PENGUJI

Majelis Penguji	Nama NIP	tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P. NIP. 196005191987032002	19/01/2025	
Pembimbing 2	Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si. NIP. 197407251998022001	16/01/2025	
Penguji 1	Dr. Barkah, S.E., M.Si. NIP. 196502201990032004	16/01/2025	
Penguji 2	Ana Fitriana, S.E., M.M. NIP. 198506182019032011	19/01/2025	

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus oleh Majelis Penguji dalam Ujian Karya Akhir Program MBKM Riset dan Komprehensif untuk memperoleh gelar Sarjana.

Pontianak, 24 JAN 2025
Koordinator Program Studi Manajemen

Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
NIP. 199205082019031006

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul **"*The Influence of Performance Expectancy and Price Value on Favorable Behavioral Intentions Through Satisfaction With Viu Platform*"** dengan baik. Karya akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan program strata satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak. Karya akhir ini dihadiahkan spesial kepada orang tua tercinta Bapak Harianto dan Ibu Sutrisni, terimakasih telah memberikan dukungan, semangat, perhatian, serta selalu mendoakan kepada penulis untuk bisa menyelesaikan tugas akir ini.

Penulis juga banyak mendapatkan bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Bapak Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, serta pembimbing riset yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini.
4. Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Bapak Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesritas Tanjungpura.
6. Prof. Dr. Nurul Komari S.E., M.P. selaku dosen pembimbing akademik yang memberikan bimbingan dan nasehat kepada penulis selama perkuliahan.
7. Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing lapangan di MBKM Riset yang telah selalu memberikan bimbingan, arahan serta memberikan waktu, dan pembelajaran selama proses penyusunan artikel karya akhir.
8. Dosen MBKM riset manajemen yang telah memberikan materi serta pengarahan dalam proses penyelesaian laporan akhir.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan berlangsung.
10. Keluarga besar yang juga selalu memberikan doa, semangat dan perhatiannya kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir laporan akhir.
11. Tidak lupa ucapan terimakasih kepada saudara kandung penulis satu-satunya yakni Ardianti Pramudita yang selalu menghibur selama proses penulisan karya akhir yang cukup melelahkan ini.
12. Dua rekan satu kampung penulis yang sama-sama berjuang dirantauan yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, dan empat rekan yang sudah mau berteman dan membersamai penulis selama proses perkuliahan sampai dengan menyelesaikan tugas akhir.

13. Seseorang tidak bisa penulis sebutkan namanya, yang pernah jadi supporter terdepan untuk penulis,terimakasih untuk semangat dan dukungannya, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah penulis.
14. Terakhir, Anzil Saputri, ya! Diri sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Terimakasih kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Aamiin. Semoga karya akhir ini dapat menambah wawasan dan bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Pontianak, 15 Januari 2025



Anzil Saputri
NIM. B1021211002

The Influence of Performance Expectancy and Price Value on Favorable Behavioral Intentions Through Satisfaction With Viu Platform

Anzil Saputri
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Pontianak

ABSTRAK

Pergeseran konsumsi video dari TV ke platform daring semakin terlihat jelas, terutama di kalangan demografi muda yang lebih menyukai layanan streaming seperti Viu. Keberhasilan platform Viu dipengaruhi oleh niat perilaku pengguna dan nilai harga yang dirasakan, yang pada gilirannya memengaruhi kepuasan pengguna dan niat perilaku, dua karakteristik penting yang ingin dicapai Viu dan sangat penting bagi keberhasilan teknologi. Penelitian ini mengkaji dampak nilai harga dan ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku dan tingkat kepuasan pengguna Viu di Indonesia. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif sebagai jenis datanya. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal atau hubungan sebab akibat. Pendekatan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM). Dengan menggunakan metode kuantitatif dan kuesioner sebagai media pengumpulan data, penelitian ini melibatkan 206 responden yang merupakan pengguna Viu di Indonesia. Temuan penelitian menunjukkan pengaruh yang kuat dari nilai harga dan ekspektasi kinerja terhadap kepuasan dan niat perilaku yang menguntungkan. Kepuasan merupakan mediator penting dalam memperkuat dampak nilai harga dan ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku yang menguntungkan.

Kata Kunci*:* *Behavioral Intentions, Performance Expectancy, Price Value, Satisfaction, Viu Platform*

The Influence of Performance Expectancy and Price Value on Favorable Behavioral Intentions Through Satisfaction With Viu Platform

Anzil Saputri
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Pontianak

ABSTRACT

The shift in video consumption from TV to online platforms is increasingly evident, especially among younger demographics who prefer streaming services such as Viu. The Viu platform's success is impacted by users' behavioural intention and perceived price value, which in turn influences user satisfaction and behavioural intention two essential characteristics Viu aims to attain and are critical to a technology's success. This research examines the impact of price value and performance expectancy on the behavioural intention and level of satisfaction of Viu users in Indonesia. This study employs quantitative data as its data type. This research is a causal associative study or cause and effect relationship. The data analysis approach used in this study is Structural Equation Modelling (SEM). Using quantitative methods and questionnaires as a medium for data collection, this study involved 206 respondents who are Viu users in Indonesia. The study's findings demonstrate the strong effect of price value and performance expectancy on satisfaction and favourable behavioural intentions. Satisfaction is a crucial mediator in strengthening the impact of price value and performance expectancy on favourable behavioural intentions.

Keywords: *Behavioral Intentions, Performance Expectancy, Price Value, Satisfaction, Viu Platform*

RINGKASAN KARYA AKHIR

The Influence of Performance Expectancy and Price Value on Favorable Behavioral Intentions Through Satisfaction With Viu Platform

1. Latar Belakang

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah drastis kehidupan manusia, dengan internet sebagai contoh utama (Adhiarso et al., 2019; Dwivedi et al., 2021). Penggunaan internet yang meluas, terutama untuk hiburan, terlihat dari data *We Are Social* yang menunjukkan tingginya penetrasi internet global dan di Indonesia (*We Are Social*, 2024; Annur, 2024). Survei APJII 2024 mengkonfirmasi bahwa aktivitas utama pengguna internet di Indonesia adalah mengakses konten hiburan (Technoz, 2024). Industri video telah bergeser dari televisi ke platform online, dengan Viu sebagai salah satu platform streaming populer di Indonesia (Yonida, 2023; Verakandhi et al., 2024). Viu menawarkan berbagai konten menarik dan telah berhasil menarik jutaan pengguna aktif (Media Partners Asia, 2023; Eka, 2023; Rodwan, 2023).

User satisfaction terhadap platform seperti Viu dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk *performance expectancy* platform dan *price value* (Barkah et al., 2020; Langley-Evans, 2019; Malini et al., 2023; Moorthy et al., 2019). Pengguna cenderung puas jika platform memenuhi atau melampaui harapan mereka, terutama jika platform menawarkan nilai yang baik untuk harga yang dibayarkan (Zhao et al., 2021; Ulvia Ajnura et al., 2024; Rudhumbu, 2022). *Satisfaction* ini dapat mendorong pengguna untuk terus menggunakan platform, merekomendasikannya kepada orang lain, dan bahkan berlangganan (Belver-Delgado et al., 2020). Niat pengguna untuk terus menggunakan platform dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk harapan kinerja, nilai harga, dan kepuasan (Azizi et al., 2020; Chairi et al., 2020; Rudhumbu, 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor-faktor ini saling terkait dan dapat mempengaruhi perilaku pengguna (Rudhumbu, 2022; Klonaridis & Lues, 2023; Aljaafreh, 2021; Teangsompong et al., 2024; Jayson et al., 2022; Gil-Cordero et al., 2024; Teangsompong et al., 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana *performance expectancy, price value, dan user satisfaction* mempengaruhi niat mereka untuk terus menggunakan platform Viu. Dengan memahami faktor-faktor ini, platform seperti Viu dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pengguna dan mempertahankan loyalitas mereka.

2. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang, peneliti merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

a. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap *satisfaction* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia?
b. Apakah *price value* berpengaruh terhadap *satisfaction* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia?
c. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap *favorable behavioral intentions* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia?
d. Apakah *price value* berpengaruh terhadap *favorable behavioral intentions* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia?
e. Apakah *satisfaction* berpengaruh terhadap *favorable behavioral intentions* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia?
f. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap *favorable behavioral intentions* melalui *satisfaction* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia?
g. Apakah *price value* berpengaruh terhadap *favorable behavioral intentions* melalui *satisfaction* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia?

3. Tujuan Penelitian

a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *performance expectancy* terhadap *satisfaction* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia.
b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *price value* terhadap *satisfaction* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia.
c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *performance expectancy* terhadap *favorable behavioral intentions* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia.
d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *price value* terhadap *favorable behavioral intentions* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia.
e. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *satisfaction* terhadap *favorable behavioral intentions* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia.
f. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *performance expectancy* terhadap *favorable behavioral intentions* melalui *satisfaction* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia.
g. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *price value* terhadap *favorable behavioral intentions* melalui *satisfaction* pada pengguna platform Viu premium di Indonesia.

4. Metode Penelitian

Berdasarkan jenis data dan analisi data, penelitian ini termasuk jenis kuantitatif yang berdasarkan data konkrit. Berdasarkan tingkat eksplanasi, penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal atau hubungan sebab akibat. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) yaitu seperangkat metode statistik yang digunakan untuk mengestimasi hubungan saling ketergantungan antara variabel konstruk dan indikator, sekaligus memperhitungkan adanya kesalahan dalam pengukuran serta merupakan salah satu teknik analisis statistik yang digunakan untuk membangun dan menguji model statistik dalam bentuk model-model sebab akibat (Hair et al., 2021). Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai media pengumpulan data yang disebarkan secara online kepada responden yang memenuhi kriteria sampel. Kuesioner menggunakan skala Likert 1 sampai 5. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh pengguna platform Viu di Indonesia. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 206 responden, dimana hal ini merujuk pada penelitian Hair et al (2021) bahwa ukuran sampel minimal yang direkomendasikan berkisar 100-300 dalam pendugaan parameter SEM. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *non probability sampling* berupa *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut; 1) Berusia minimal 17 tahun; 2) Berdomisili di wilayah Indonesia; 3) Telah menjadi pengguna platform viu premium selama 2 tahun terakhir.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini mengadopsi indikator dari penelitian sebelumnya. *Performance expectancy* diukur melalui 4 indikator yaitu *perceived usefulness, extrinsic motivation, job fit, and relative advantage* (Huang & Kao, 2015). *Price value* diukur melalui 3 indikator yaitu *quality, valuer, and price* (Huang & Kao, 2015). *Satisfaction* diukur menggunakan indikator *feeling satisfied, fulfilling user expectations, and always the user* (Khotimah et al., 2021). Sementara itu, *favorable behavioral intentions* diukur melalui indikator *namely repurchase intentions, positive word-of-mouth communication, service quality, usage timer, usage frequency, and user variety* (Huang & Kao, 2015).

5. Hasil Penelitian

1) Diperoleh koefisien jalur sebesar 0,528 dan p-value sebesar 0,000 menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan antara p*erformance expectancy* dan s*atisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa seiring meningkatnya *performance expectancy*, kepuasan pengguna pun meningkat, sehingga hipotesis diterima.
2) Diperoleh koefisien jalur sebesar 0,310 dan p-value sebesar 0,000 menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara *price value* dan s*atisfaction*. Hal ini menyiratkan bahwa seiring pengguna mempersepsikan *price value* yang lebih baik, s*atisfaction* mereka meningkat, sehingga hipotesis diterima.

3) Diperoleh koefisien jalur positif sebesar 0,255 dan p-value sebesar 0,010 menandakan hubungan yang positif dan signifikan antara *performance expectancy* dan *favorable behavioral intentions*. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna cenderung menunjukkan perilaku yang baik seiring dengan meningkatnya *performance expectancy*, sehingga hipotesis diterima.
4) Diperoleh koefisien jalur sebesar 0,212 dan p-value sebesar 0,023 menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara *price value* dan *favorable behavioral intentions*, yang berarti bahwa *price value* yang lebih baik meningkatkan kemungkinan perilaku pengguna yang baik, dan hipotesis diterima.
5) Diperoleh koefisien jalur sebesar 0,438 dan p-value sebesar 0,000 menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara s*atisfaction* dan *favorable behavioral intentions*. Ini berarti bahwa kepuasan pengguna yang lebih tinggi mengarah pada perilaku yang lebih baik, dan hipotesis diterima.
6) Diperoleh koefisien jalur sebesar 0,231 dan p-value sebesar 0,000 menunjukkan efek positif yang signifikan dari *performance expectancy* pada *favorable behavioral intentions* melalui s*atisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa s*atisfaction* memainkan peran mediasi dalam hubungan antara *performance expectancy* dan perilaku pengguna yang baik, sehingga hipotesis diterima.
7) Diperoleh koefisien jalur sebesar 0,136 dan p-value sebesar 0,000 menunjukkan pengaruh signifikan positif dari *price value* terhadap *favorable behavioral intentions* melalui s*atisfaction*. Ini berarti s*atisfaction* pengguna memediasi hubungan antara *price value* yang dipersepsikan dan perilaku positif, mendukung penerimaan hipotesis.

6. Kesimpulan dan Saran

1) Kesimpulan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong popularitas *platform streaming* seperti Viu, terutama di kalangan pencinta drama Korea. Studi ini menunjukkan bahwa kesuksesan Viu di Indonesia dipengaruhi oleh tiga faktor utama: harapan pengguna terhadap kinerja platform, persepsi nilai yang diperoleh dari harga, dan tingkat kepuasan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* yang tinggi dan persepsi *price value* yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk terus menggunakan dan merekomendasikan platform Viu. Namun, studi ini juga menemukan bahwa kualitas layanan Viu saat ini masih perlu ditingkatkan untuk memenuhi ekspektasi pengguna dan bersaing dengan platform lain. Untuk meningkatkan daya saing, Viu perlu fokus pada perbaikan kualitas layanan, seperti meningkatkan stabilitas streaming, menyediakan konten yang beragam, dan menawarkan paket berlangganan yang lebih fleksibel.

2) Saran

Untuk meningkatkan keberhasilan platform Viu di Indonesia, disarankan agar Viu terus fokus pada peningkatan *price value* dan *performance expectancy* guna meningkatkan kepuasan pengguna. Hal ini mencakup upaya seperti menyediakan konten berkualitas tinggi, menawarkan harga langganan yang kompetitif, serta memastikan stabilitas layanan *streaming* agar pengalaman pengguna lebih baik. Selain itu, platform dapat mengurangi jumlah iklan pada layanan gratis untuk meningkatkan kenyamanan pengguna, menawarkan antarmuka yang lebih ramah pengguna, dan memperluas variasi konten lokal. Strategi ini, didukung oleh pemahaman mendalam tentang preferensi pengguna lokal, diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pengguna, niat perilaku positif, serta daya saing Viu di pasar yang semakin kompetitif.

DAFTAR ISI

Halaman

COVER……i
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT…….....ii
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR…….iii
PENGESAHAN KARYA AKHIR……...…iv
UCAPAN TERIMAKASIH……..v
ABSTRAK…….vii
RINGKASAN KARYA AKHIR……..ix
DAFTAR ISI…….…….....…xiv
DAFTAR TABEL……...xv
DAFTAR GAMBAR…….……xvi
DAFTAR LAMPIRAN……xvii
INTRODUCTION……...…….……...1175
RESEARCH METHOD.....1179
RESULTS AND DISCUSSION……....1179
CONCLUSION……...1184
RECOMMENDATIONS……..……1185
REFERENCES……....1185
LAMPIRAN