

***ANALISIS PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED ENJOYMENT, DAN
PERCEIVED PRICE TERHADAP PERCEIVED VALUE DAN PURCHASE
INTENTION PADA LAYANAN SUBSCRIPTION VIDEO ON DEMAND
(SVOD)***

NI KETUT KAHAR TUNJUNG SANTI DEWI

1710621087



Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

***ANALYSIS OF PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED ENJOYMENT, AND
PERCEIVED PRICE ON PERCEIVED VALUE AND PURCHASE
INTENTION IN SUBSCRIPTION VIDEO ON DEMAND (SVOD) SERVICES***

NI KETUT KAHAR TUNJUNG SANTI DEWI

1710621087



*This thesis is submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of
Bachelor of Digital Business at the Faculty of Economics and Business,
Universitas Negeri Jakarta.*

UNDERGRADUATE PROGRAM IN DIGITAL BUSINESS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus Universitas Negeri Jakarta A, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D
NIP/NIDK : 197002122008121001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Meta Bara Berutu, S.E., M.M
NIP/NIDK : 199409222022032012
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ni Ketut Kahar Tunjung santi Dewi
No. Registrasi : 1710621087
Program Studi : S-1 Bisnis Digital
Judul Skripsi : Analisis *Perceived Quality, Perceived Enjoyment, Perceived Price Terhadap Perceived Value dan Purchase Intention* pada Layanan *Subscription Video on Demand (SVoD)*

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 18 juli 2025

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D
NIP. 197612112000122001

Meta Bara Berutu, S.E., M.M
NIP. 199409222022032012

Mengetahui,
Koord. Program Studi Bisnis Digital

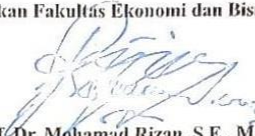
Dr. Ryna Parlyna, M.B.A
NIP. 197701112008122003

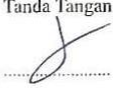
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
NIP. 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A. NIP. 197701112008122003 (Ketua Penguji)		29/7-2025
2	Dr. Widya Parimita, S.E., M.P.A. NIP. 197206171999031001 (Penguji 1)		29/7-2025
3	Adnan Kasofi, S.Pd., MBA. NIP. 199107022023211023 (Penguji 2)		28/7-2025
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		30/7-2025
5	Meta Bara Berutu, S.E., M.M. NIP. 199409222022032012 (Pembimbing 2)		29/7-2025

Nama : Ni Ketut Kahar Tunjung Santi Dewi
No. Registrasi : 1710621087
Program Studi : Bisnis Digital
Tanggal Lulus : 25 Juli 2025

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

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Ni Ketut Kahar Tunjung Santi Dewi

NIM : 1710621087

Prodi : SI Bisnis Digital

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi: *Analisis Perceived Quality, Perceived Enjoyment, dan Perceived Price Terhadap Perceived Value dan Purchase Intention pada Layanan Subscription Video on Demand (SVoD).*

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

Jakarta, 20 Juli 2025

Yang membuat pernyataan

Ni Ketut Kahar

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220 Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Ni Ketut Kahar Tunjung Santi Dewi

NIM : 1701621087

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Alamat Email : niketutkahar@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain ()

yang berjudul :

Analisis Perceived Quality, Perceived Enjoyment, dan Perceived Price terhadap Perceived Value dan Purchase Intention pada Layanan Subscription Video on Demand (SVoD).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Juli 2025

Penulis

(Ni Ketut Kahar)

ABSTRAK

Ni Ketut Kahar Tunjung Santi Dewi, Analisis Perceived Quality, Perceived Enjoyment, Dan Perceived Price Terhadap Perceived Value Dan Purchase Intention Pada Layanan Subscription Video On Demand (SVoD): Skripsi, Jakarta: Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Quality*, *Perceived Enjoyment*, dan *Perceived Price* terhadap *Perceived Value*, serta implikasinya terhadap *Purchase Intention* pada calon pelanggan Netflix. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan layanan *Streaming Video on Demand* (SVoD) yang semakin ketat, sehingga penting untuk memahami bagaimana persepsi konsumen terbentuk sebelum mereka benar-benar menggunakan layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis menggunakan SPSS versi 25 dan AMOS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel persepsi berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Value*, yang selanjutnya juga berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi Netflix dalam menarik minat calon pelanggan melalui peningkatan persepsi nilai.

Kata kunci: *Perceived Quality, Perceived Enjoyment, Perceived Price, Perceived Value, Purchase Intention, Netflix*

ABSTRACT

Ni Ketut Kahar Tunjung Santi Dewi, Analysis Of Perceived Quality, Perceived Enjoyment, And Perceived Price On Perceived Value And Purchase Intention In Subscription Video On Demand (Svod) Services: Thesis, Jakarta: Bachelor's In Digital Business, Faculty Of Economics And Business, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

This study aims to analyze the influence of Perceived Quality, Perceived Enjoyment, and Perceived Price on Perceived Value, as well as its implications for Purchase Intention among potential Netflix customers. This research is motivated by the increasingly fierce competition in Streaming Video on Demand (SVoD) services, making it important to understand how consumer perceptions are formed before they actually use the service. This study employs a quantitative approach using the Structural Equation Modeling (SEM) method. Primary data were collected through an online questionnaire and analyzed using SPSS version 25 and AMOS version 29. The results show that the three perception variables significantly influence Perceived Value, which in turn also significantly influences Purchase Intention. These findings provide strategic implications for Netflix in attracting potential customers by enhancing perceived value.

Keywords: *Perceived Quality, Perceived Enjoyment, Perceived Price, Perceived Value, Purchase Intention, Netflix*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena atas asung kerta wara nugraha-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis *Perceived Quality*, *Perceived Enjoyment*, dan *Perceived Price* Terhadap *Perceived Value* dan *Purchase Intention* pada Layanan *Subscription Video on Demand* (SvoD)” dengan baik dan lancar, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Mohammad Rizan, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A. selaku Koordinator Program Studi S1 Bisnis Digital yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama masa studi, serta turut berperan dalam kelancaran proses akademik penulis.
3. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing 1, yang telah membimbing penulis dengan penuh semangat, kesabaran, dan sentuhan humor yang membuat proses bimbingan terasa lebih ringan dan menyenangkan. Terima kasih atas arahan dan semangat positif yang Bapak berikan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Meta Bara Berutu S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing penulis sejak PKL, seminar proposal, hingga sidang skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan yang tegas namun penuh kesabaran, serta masukan-masukan berarti yang membantu saya berkembang selama proses ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta inspirasi selama masa perkuliahan. Terima kasih atas dedikasi dan semangat

mengajar yang menjadi bekal berharga bagi saya dalam menyelesaikan studi dan menyusun skripsi ini.

6. Kedua orang tua penulis, Ibu Hartini dan Bapak Dr. I Wayan Kuntun Mandara, S.Ag., M.Fil.H., yang selalu menjadi sumber kekuatan dan inspirasi. Terima kasih atas segala doa, dukungan, serta kasih sayang yang tiada henti sejak awal hingga akhir perjalanan ini. Kehadiran, pengorbanan, dan keyakinan dari Bapak dan Ibu menjadi dorongan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis merasa sangat bersyukur memiliki orang tua yang begitu luar biasa.
7. Saudara-saudara kandung tercinta: I Gede Kahar Suputra, S.T. selaku kakak pertama, Dosen Manajemen Keuangan, dan Kepala Bagian Kerja Sama IKOPIN University; I Made Kahar Widnyana selaku kakak kedua; serta I Nyoman Kahar Wedanta selaku kakak ketiga. Atas segala dukungan moral, semangat, motivasi, dan perhatian yang tak henti-hentinya, mereka menjadi salah satu sumber kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sepenuh hati.
8. Sahabat-sahabat terdekat, baik di kampus maupun di luar kampus, yang telah menjadi teman seperjuangan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada Sondang Zefanya Febee Asima, Maulidyah Ahza, Malya Nadhira Azra, Aqila Rahmanita Putri, Alya Cantika Putri, Abimanyu Adi Nugroho, Alissa Shalma, Riza Amalia, Anjas Apriana, serta sahabat masa kecil yang selalu hadir memberi dukungan. Terima kasih pula kepada Andini Nafisa dan Devira Julia Kumara atas semangat dan perhatian yang berarti selama proses ini. Penulis juga menghargai setiap dukungan dari Erika Dian Maharani, Nabilla Eka Putri, Made Widya Aryanthi, Zsazsa Kirana Asheri, Andrian Pradista, Sonia Natalie, Amalia Qisty, Lolita, Revi Resiana, dan Endika Rama. Terima kasih atas semangat, kebersamaan, serta doa yang telah menjadi sumber kekuatan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat sedikit banyaknya kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan penelitian ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan menuju kesempurnaan karya tulis ini. Penulis berharap penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pembaca sehingga meningkatkan kontribusi penulis pada pengembangan ilmu pengetahuan terutama dibidang ekonomi dan bisnis.

Terima kasih.

Jakarta, 20 Juli 2025

Hormat saya,

Ni Ketut Kahar



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Teori Pendukung	10
2.1.1 Perceived Quality	10
2.1.2 Perceived Enjoyment.....	16
2.1.3 Perceived Price.....	21
2.1.4 Perceived Value	27
2.1.5 Purchase Intention	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	38
2.3 Kerangka Teori.....	42
2.4 Hipotesis Penelitian	43
2.4.1 Perceived Quality dan Perceived Value.....	43
2.4.2 Perceived Quality dan Purchase intention	44
2.4.3 Perceived Enjoyment dan Perceived Value	45
2.4.4 Perceived Enjoyment dan Purchase Intention.....	46
2.4.5 Perceived Price dan Perceived Value	47

2.4.6	Perceived Price dan Purchase Intention	48
2.4.7	Perceived Value dan Purchase Intention	48
BAB III METODE PENELITIAN.....		50
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	50
3.1.1	Waktu	50
3.1.2	Tempat	50
3.2	Desain Penelitian	50
3.3	Populasi dan Sampel	51
3.3.1	Populasi	51
3.3.2	Sampel	51
3.4	Pengembangan Instrumen	53
3.4.1	Perceived Quality	53
3.4.2	Perceived Enjoyment	55
3.4.3	Perceived Price	56
3.4.4	Perceived Value	57
3.4.5	Purchase Intention	59
3.5	Skala Pengukuran Data	60
3.6	Teknik Analisis Data	61
3.6.1	Analisis Deskriptif	61
3.6.2	Uji Validitas	62
3.6.3	Uji Reliabilitas	62
3.6.4	Uji Kesesuaian Model	62
3.6.5	Uji Hipotesis	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Deskripsi Data	65
4.1.1	Profil Responden	65
4.1.2	Analisis Deskriptif	68
a.	<i>Perceived Quality</i>	69
b.	<i>Perceived Enjoyment</i>	71
c.	<i>Perceived Price</i>	74
d.	<i>Perceived Value</i>	76
e.	<i>Purchase Intention</i>	78
4.2	Hasil	81

4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	81
4.2.2	Uji Kelayakan Model	83
4.2.3	Uji Hipotesis	89
4.3	Pembahasan	90
4.3.1	Pengaruh Perceived Quality terhadap Perceived Value	90
4.3.2	Pengaruh Perceived Quality terhadap Purchase Intention	91
4.3.3	Pengaruh Perceived Enjoyment terhadap Perceived Value	93
4.3.4	Pengaruh Perceived Enjoyment terhadap Purchase Intention	95
4.3.5	Pengaruh Perceived Price terhadap Perceived Value.....	97
4.3.6	Pengaruh Perceived Price terhadap Purchase Intention	99
4.3.7	Pengaruh Perceived Value terhadap Purchase Intention.....	101
BAB V PENUTUP.....		103
5.1	Kesimpulan.....	103
5.2	Implikasi.....	105
5.2.1	Implikasi Teoritis	105
5.2.2	Implikasi Praktis.....	107
5.3	Keterbatasan Penelitian	108
5.4	Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	109
DAFTAR PUSTAKA.....		111
LAMPIRAN		120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data akses internet di Indonesia	1
Gambar 1.2 Ulasan Aplikasi Netflix di Google Play	5
Gambar 4.1 Model Struktural Kerangka Teori Sebelum Modifikasi	84
Gambar 4.2 Model Struktural Kerangka Teori Setelah Modifikasi	86
Gambar 4.3 Model Hasil Setelah Perbaikan Heywood Case	87



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga Berlangganan Layanan SVoD tahun 2024	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Instrumen Perceived Quality	54
Tabel 3.2 Instrumen Perceived Enjoyment	55
Tabel 3.3 Instrumen Perceived Price.....	57
Tabel 3.4 Instrumen Perceived Value.....	58
Tabel 3.5 Instrumen Purchase Intention	59
Tabel 3.6 Skala Likert.....	61
Tabel 3.7 Goodness of Fit Indeces	63
Tabel 3.8 Uji Hipotesis	64
Tabel 4.1 Profil Responden	65
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Perceived Quality	69
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Perceived Enjoyment.....	72
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Perceived Price	74
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Perceived Value	76
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Purchase Intention	79
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	82
Tabel 4.8 Output Goodness of Fit Sebelum Modifikasi	85
Tabel 4.9 Output Goodness of Fit Setelah Modifikasi	88
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	120
Lampiran 2 Exploratory Factor Analysis (EFA)	129
Lampiran 3 Uji Full Model	132
Lampiran 4 Hasil Turnitin dan Plagiasi	133
Lampiran 5 Riwayat Hidup	134
Lampiran 6 Kartu Konsultasi Bimbingan	135
Lampiran 7 Lembar SUP Skripsi	136

