

**MEMBANGUN *CONTINUANCE INTENTION* DAN
CUSTOMER SATISFACTION PADA KONSUMEN SVOD :
ANALISIS PERAN *SYSTEM QUALITY*, *PERSONALIZATION*
DAN *CONTENT QUALITY***

RIZA AMALYA

170621031



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini disusun sebagai 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

***BUILDING CONTINUANCE INTENTION AND CUSTOMER
SATISFACTION IN SVOD CONSUMERS: ANALYSIS OF THE
ROLE OF SYSTEM QUALITY, PERSONALIZATION AND
CONTENT QUALITY***

RIZA AMALYA

170621031



***This thesis was compiled as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Digital Business degree at the Faculty of Economics and Business, Jakarta State
University.***

DIGITAL BUSINESS BACHELOR'S STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus Universitas Negeri Jakarta, 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 : 197006052001122001
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 : Riza Amalya
No. Registrasi : 1710621031
Program Studi : S1 Bisnis Digital
Judul Skripsi : Membangun *Continuance Intention* Pada Konsumen SVOD :
Analisis Peran *System Quality*, *Personalization* dan *Content Quality*

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 4 Juli 2025

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D
NIP/NIDK. 197006052001122001

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

Mengetahui,
Koord. Program Studi Bisnis Digital

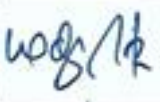
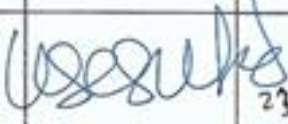
Dr. Ryna Partyna, M.B.A
NIP. 197701112008122003

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Muhammad Rizan, S.E. M.M NIP 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Ryna Parlina, M.B.A NIP 19770111200812203 (Ketua)		22-07-2025
2	Dr. Widya Parimita, S.E., M.P.A NIP 1970060521122001 (Penguji 1)		22-07-2025
3	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., MSM NIP 19930827202012204 (Penguji 2)		22-07-2025
4	Prof. Usep Suhud, Ph.D NIP 197002122008121001 (Pembimbing 1)		22-07-2025
5	Meta Bara Berutu, S.E., M.M NIP 199409222022032012 (Pembimbing 2)		22-07-2025
Nama : Riza Amalya No. Registrasi : 1710621031 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Lulus : 17 juli 2025			

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

F072020

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta dengan data diri sebagai berikut :

Nama : Riza Amalya

NIM : 1710621031

Program Studi : S1 Bisnis Digital

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul "*Membangun Continuance Intention dan Customer Satisfaction Pada Konsumen Svod : Analisis Peran System Quality, Personalization dan Content Quality*" adalah :

1. Saya menggabungkan data penelitian yang Saya kumpulkan sendiri dalam Menyusun skripsi ini.
2. Saya meyakinkan bahwa skripsi ini benar-benar orisinal dan bukan sekedar replikasi atau interpretasi dari karya orang lain.
3. Saya ingin menegaskan bahwa skripsi ini mencerminkan ide-ide dan pemikiran Saya yang telah dirangkai dengan teliti.

Saya bertekad untuk menyajikan Informasi yang akurat dan siap menerima konsekuensi jika ada kesalahan dalam pernyataan Saya.

Jakarta, 27 Juli 2025


Riza Amalya

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



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 : Riza Amalya

NIM : 1701621031

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Alamat Email : rizaamalya91@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 :

Membangun *Continuance Intention* dan *Customer Satisfaction* Pada Konsumen SVOD :
Analisis Peran *System Quality*, *Personalization* dan *Content Quality*

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, 27 Juli 2025

Penulis

(Riza Amalya)

Abstrak

Riza Amalya : Membangun *Continuance Intention* dan *Customer Satisfaction* Pada Konsumen SVOD : Analisis Peran *System Quality*, *Personalization* Dan *Content Quality*. Skripsi, Jakarta : Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing : Usep Suhud, M.Si., Ph.D. dan Meta Bara Berutu, S.E., M.M

Studi peneliti berorientasi guna mengkategorikan peran dari aspek *system quality*, *content quality*, *personalization* pada tingkat *customer satisfaction* dan juga implikasi *system quality*, *content quality*, *personalization* dan *customer satisfaction* pada tingkat *continuance intention* pelanggan pengguna aplikasi Disney+ Hotstar. Metode pengumpulan data dilangsungkan dengan mengedarkan kuisioner via *online* dan juga *offline*. Subjek yang menjadi partisipan pada *online survey* merujuk pelanggan pengguna Disney+ Hotstar yang berdomisili di Wilayah Jakarta, berusia dari 18 hingga 44 tahun dan telah mengimplementasikan aplikasi Disney+ Hotstar setidaknya selama 3 bulan. Terdapat 320 subjek yang terlibat pada studi peneliti. Analisis data penelitian mengimplementasikan SPSS dan juga AMOS versi 29. Hasil penelitian merepresentasikan bahwa *system quality* memegang kolerasi baik dan menonjol berkenaan *customer satisfaction*, *personalization* memegang kolerasi baik dan menonjol berkenaan *customer satisfaction*, *content quality* memegang kolerasi baik dan menonjol berkenaan *customer satisfaction*. Kemudian, hasil hipotesis juga merepresentasikan bahwa *system quality* memegang kolerasi baik dan menonjol berkenaan *continuance intention*, *personalization* memegang kolerasi baik dan menonjol berkenaan *continuance intention*, *content quality* memegang kolerasi baik dan menonjol berkenaan *continuance intention* dan *customer satisfaction* memegang kolerasi baik menonjol berkenaan *continuance intention*.

Kata Kunci : *Content quality*, *Personalization*, *Content quality*, *Customer Satisfaction*, *Continuance Intention*, Disney+ Hotstar

Abstract

Riza Amalya : *Building Continuance Intention and Customer Satisfaction Among SVOD Consumers: An Analysis of the Role of System Quality, Personalization, and Content Quality.* Thesis, Jakarta: Digital Business Study Program, Faculty of Economics and Business, Jakarta State University. Advisory Team: Usep Suhud, M.Si., Ph.D. and Meta Bara Berutu, S.E., M.M

This research aims to analyze the role of system quality, content quality, and personalization factors on customer satisfaction levels, as well as the influence of system quality, content quality, personalization, and customer satisfaction on the continuance intention of customers using the Disney+ Hotstar application. The data collection method was carried out by distributing questionnaires both online and offline. The subjects who participated in the online survey were Disney+ Hotstar users residing in the Jakarta area, aged 18 to 44 years, and had been using the Disney+ Hotstar app for at least 3 months. There are 320 subjects involved in this study. The data analysis of the research used SPSS and AMOS version 29. The research results show that system quality has a positive and significant relationship with customer satisfaction, personalization has a positive and significant relationship with customer satisfaction, and content quality has a positive and significant relationship with customer satisfaction. Furthermore, the hypothesis results also indicate that system quality has a positive and significant relationship with continuance intention, personalization has a positive and significant relationship with continuance intention, content quality has a positive and significant relationship with continuance intention, and customer satisfaction has a positive and significant relationship with continuance intention.

Keyword : *Content quality, Personalization, Content quality, Customer Satisfaction, Continuance Intention, Disney+ Hotstar.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi satu di antara syarat guna mencapai gelar Sarjana Bisnis Digital Program Studi Bisnis Digital Universitas Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis guna menyelesaikan tugas akhir ini. Maka, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT.
2. Orang tua penulis Bapak Alm. Abdul Khalim dan Ibu Winarsih yang senantiasa memberi dukungan serta motivasi dalam penyelesaian tugas akhir ini.
3. Bapak Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku pembimbing 1 yang senantiasa mengalokasikan bimbingan kepada penulis.
4. Ibu Meta Bara Berutu, S.E., M.M selaku pembimbing 2 yang senantiasa mengalokasikan bimbingan kepada penulis.
5. Ibu Dr. Ryna Parlyna M.B.A selaku kaprodi S1 Bisnis Digital, yang senantiasa menanggung dan mengarahkan mahasiswa prodi bisnis digital.
6. Para Dosen di lingkungan Universitas Negeri Jakarta yang telah membimbing penulis dalam menuntut ilmu yang telah diberikan.

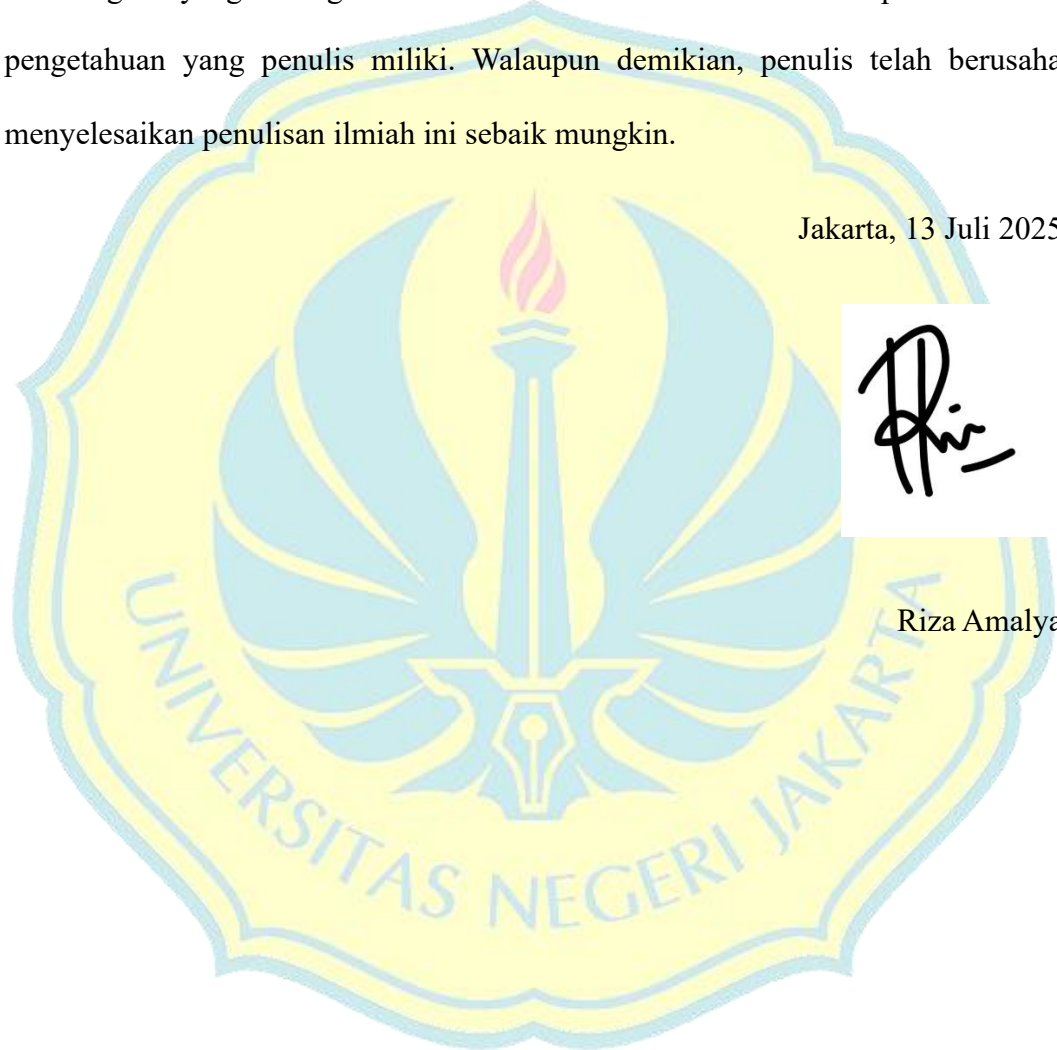
7. Teman-teman sejawat penulis Hana Ainunnissa Warda, Heny Andria, Alissa Shalma dan Rosmalina, yang senantiasa menanggung penulis selama menyusun studi peneliti.

Dalam penulisan ilmiah ini tentu saja masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan yang mungkin disebabkan oleh keterbatasan kapabilitas dan pengetahuan yang penulis miliki. Walaupun demikian, penulis telah berusaha menyelesaikan penulisan ilmiah ini sebaik mungkin.

Jakarta, 13 Juli 2025



Riza Amalya



Daftar Isi

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
Daftar Gambar	xiv
Daftar tabel	xv
Daftar Lampiran	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II	14
KERANGKA TEORI	14
2.1 Kajian literatur	14
2.1.1 <i>System Quality</i>	14
2.1.2 <i>Personalization</i>	15
2.1.3 <i>Content Quality</i>	17
2.1.4 <i>Costumer Satisfaction</i>	18
2.1.5 <i>Continuance Intention</i>	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Berpikir	27
2.4 Hipotesis Penelitian	27

BAB III.....	33
METODE PENELITIAN	33
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	33
3.1.1 Waktu.....	33
3.1.2 Tempat penelitian	33
3.2 Desain Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel	34
3.4 Pengembangan Instrumen	37
3.4.1 Instrumen <i>system quality</i>	37
3.4.2 Instrumen <i>Personalization</i>	38
3.4.3 Instrumen <i>Content Quality</i>	40
3.4.4 Instrumen <i>Costumer Satisfaction</i>	42
3.4.5 Instrumen <i>Continuance Intention</i>	44
3.4.6 Skala Pengukuran Data.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Teknik Analisis Data	48
3.6.1 Analisis Deskriptif	48
3.6.2 Uji Validitas	49
3.6.3 Uji Reabilitas	49
3.6.4 Uji Kesesuaian Model.....	50
3.6.5 Uji Hipotesis	52
BAB IV	54
HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi.....	54
4.1.1 Deskripsi Profil Subjek.....	54
4.2 Deskripsi Data.....	58
4.2.1 Analisis Deskriptif <i>System Quality</i>	58
4.2.5 Analisis Deskriptif <i>Continuance Intention</i>	68
4.2 Hasil Pengetesan dan Pembahasan	70
4.2.1 Uji Validitas dan Reabilitas	70

4.2.2 Uji Kelayakan Model.....	83
4.2.3 Uji Hipotesis	86
4.3 Pembahasan	87
BAB V	94
KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Implikasi	95
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	100
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	100
Daftar pustaka	102
Lampiran	107



Daftar Gambar

Gambar 1.1 Diagram Tujuan Penggunaan	3
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Layanan Svod Di Indonesia 2023.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	32
Gambar 4.1 <i>Model First Order Construct System Quality</i>	80
Gambar 4.2 <i>Model First Order Construct Personalization</i>	81
Gambar 4.3 <i>Model First Order Construct Content Quality</i>	82
Gambar 4.4 <i>Model First Order Construct Customer Satisfaction</i>	83
Gambar 4.5 <i>Model First Order Construct Continuance Intention</i>	84
Gambar 4.1 <i>Full Model SEM</i>	85
Gambar 4.2 <i>Fit Model SEM</i>	86

Daftar tabel

Tabel 1.1 Platform Penyedia Layanan SVOD di Indonesia.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Pernyataan <i>System Quality</i>	37
Tabel 3.2 Pernyataan <i>Personalization</i>	38
Tabel 3.3 Instrumen <i>Content Quality</i>	40
Tabel 3.4 Instrumen <i>Customer Satisfaction</i>	43
Tabel 3.5 Instrumen <i>Continuance Intention</i>	44
Tabel 3.6 Skala Likert Type.....	47
Tabel 3.7 <i>Goodness Fit Indices</i>	49
Tabel 4.1 Pertanyaan Penyaring Kuesioner.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Subjek.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Data <i>System Quality</i>	59
Tabel 4.4 Karakteristik Data <i>Personalization</i>	61
Tabel 4.5 Karakteristik Data <i>Content Quality</i>	64
Tabel 4.6 Karakteristik Data <i>Customer Satisfaction</i>	67
Tabel 4.7 Karakteristik Data <i>Continuance Intention</i>	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>System Quality</i>	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Personalization</i>	74

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Content Quality</i>	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Continuance Intention</i>	78
Tabel 4.13 Hasil <i>Uji First Order Construct</i> Variabel <i>System Quality</i>	80
Tabel 4.14 Hasil <i>Uji First Order Construct</i> Variabel <i>Personalization</i>	81
Tabel 4.15 Hasil <i>Uji First Order Construct</i> Variabel <i>Content Quality</i>	82
Tabel 4.16 Hasil <i>Uji First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	83
Tabel 4.17 Hasil <i>Uji First Order Construct</i> Variabel <i>Continuance Intention</i>	84
Tabel 4.18 Hasil Uji Full Model SEM.....	86
Tabel 4.19 Hasil Uji Fit Model SEM.....	87
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis.....	89

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Pernyataan Filtering Kuisisioner.....	107
Lampiran 2 Pernyataan Kuisisioner.....	107
Lampiran 3 Hasil Perhitungan Variabel.....	112
Lampiran 4 Hasil CFA.....	109
Lampiran 5 Hasil <i>Full Model</i>	122
Lampiran 6 <i>Fit Model Final</i>	123
Lampiran 7 Uji Hipotesis.....	124
Lampiran 8 Hasil Kuisisioner.....	124
Lampiran 9 Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah.....	125
Lampiran 10 Riwayat Hidup.....	126