

**PERAN UTAUT2 DAN *SATISFACTION* TERHADAP  
*BEHAVIORAL INTENTION* PADA *PLATFORM FREEMIUM***

**RATU AULIA KINANTI**

**1710622026**



Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar  
Sarjana Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

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

**2026**

***THE ROLE OF UTAUT2 AND SATISFACTION ON  
BEHAVIORAL INTENTION IN FREEMIUM PLATFORMS***

**RATU AULIA KINANTI**

**1710622026**



*Submitted as the Requirements for Obtaining a Bachelor of Business Degree at  
the Faculty of Economics and Business Universitas Negeri Jakarta*

***STUDY OF DIGITAL BUSINESS  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

**2026**

## ABSTRAK

**Ratu Aulia Kinanti, 2026: Peran UTAUT2 dan *Satisfaction* Terhadap *Behavioral Intention* pada Platform Freemium. Skripsi, Jakarta: Program Studi S-1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Dosen Pembimbing: Dr. Ryna Parlyna M.B.A. dan Inkreswari Retno Hardini S.Kom., M.T.**

Perkembangan industri layanan streaming video saat ini semakin kompetitif, mendorong penyedia layanan untuk menerapkan model bisnis freemium melalui penawaran *free trial* guna menarik pelanggan baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Performance Expectancy*, *Price Value*, dan *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*, baik secara langsung maupun melalui mediasi *Satisfaction* pada konteks layanan *free trial* YouTube Premium. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling terhadap 150 responden pengguna uji coba gratis YouTube Premium yang berdomisili di Provinsi DKI Jakarta. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Performance Expectancy*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Satisfaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Selain itu, pengujian efek mediasi membuktikan bahwa *Satisfaction* mampu memediasi secara parsial komplementer (complementary partial mediation) pengaruh antara *Performance Expectancy*, *Price Value*, dan *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa meskipun tingkat kepuasan dan kesenangan pengguna tergolong sangat tinggi selama masa uji coba, rasionalitas nilai ekonomi serta pemenuhan kebutuhan fungsional tetap menjadi faktor dominan dalam mendorong keputusan konversi untuk berlangganan berbayar, khususnya pada konsumen di negara berkembang. Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan penyedia layanan streaming untuk tidak hanya berfokus pada pengalaman hiburan, tetapi juga mempertahankan strategi harga yang kompetitif dan kualitas fitur premium untuk mengoptimalkan tingkat retensi pelanggan.

**Kata Kunci:** UTAUT2, *expectation confirmation model*, *satisfaction*, *behavioral intention*, youtube premium, freemium.



## **ABSTRACT**

**Ratu Aulia Kinanti, 2026: *The Role of UTAUT2 and Satisfaction on Behavioral Intention in Freemium Platforms*. Skripsi, Jakarta: Program Studi S-1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Dosen Pembimbing: Dr. Ryna Parlyna M.B.A. dan Inkreswari Retno Hardini S.Kom., M.T.**

*The rapid development of the video streaming industry has become increasingly competitive, prompting service providers to implement freemium business models through free trial offerings to attract new customers. This study aims to analyze the effect of Performance Expectancy, Price Value, and Hedonic Motivation on Behavioral Intention, both directly and through the mediation of Satisfaction in the context of the YouTube Premium free trial service. This research employs a quantitative explanatory approach using a survey method. Sampling was conducted using a purposive sampling technique, involving 150 respondents who are YouTube Premium free trial users residing in the DKI Jakarta Province. Primary data were collected through an online questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4.0 software. The results of the hypothesis testing indicate that Performance Expectancy, Price Value, Hedonic Motivation, and Satisfaction have a positive and significant effect on Behavioral Intention. Furthermore, the mediation analysis proves that Satisfaction plays a complementary partial mediation role in the relationship between Performance Expectancy, Price Value, Hedonic Motivation, and Behavioral Intention. The findings of this study indicate that although user satisfaction and pleasure are exceptionally high during the trial period, economic value rationality and functional fulfillment remain the dominant factors driving the conversion decision to a paid subscription, particularly among consumers in developing countries. Practically, this research recommends that streaming service providers focus not only on the entertainment experience but also maintain competitive pricing strategies and high-quality premium features to optimize customer retention rates.*

**Keywords:** *UTAUT2, expectation confirmation model, satisfaction, behavioral intention, youtube premium, freemium.*

## 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](mailto:fe@unj.ac.id)  
Laman: [fe.unj.ac.id](http://fe.unj.ac.id)

### SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Ryna Parlyna, M.B.A  
NIP : 197701112008122003  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Inkreswari Retno Hardini, S.Kom, M.T  
NIP : 199502132024062001  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ratu Aulia Kinanti  
No. Registrasi : 1710622026  
Program Studi : S1 Bisnis Digital  
Judul Skripsi : PERAN UTAUT2 DAN SATISFACTION  
TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION PADA  
PLATFORM FREEMIUM

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Dosen Pembimbing I

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

Jakarta, 25 Mei 2026

Dosen Pembimbing II

Inkreswari Retno Hardini, S.Kom., M.T  
NIP. 199502132024062001

Mengetahui,  
Koord. Program Studi

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

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

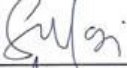
## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

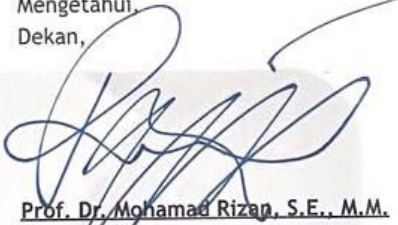
Nama Mahasiswa : Ratu Aulia Kinanti  
NIM : 1710622026  
Program Studi/Fakultas : S1 Bisnis Digital/Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Judul Penelitian : Peran UTAUT2 dan *Satisfaction* terhadap *Behavioral Intention* pada Platform *Freemium*

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus*\* Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 26 Juni 2026.

Tim Penguji,

|              |                                        |                                                                                       |
|--------------|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Ketua        | Ati Sumiati, S.Pd., M.M                |   |
|              | NIP. 197906102008012028                |                                                                                       |
| Penguji 1    | Sabo Hermawan, S.Kom., M.Si.           |  |
|              | NIP. 199102272024061001                |                                                                                       |
| Penguji 2    | Ringga Sentagi Asa, S.Pd., M.Kom.      |  |
|              | NIP. 198904142024061001                |                                                                                       |
| Pembimbing 1 | Dr. Ryna Parlyna, M.B.A                |  |
|              | NIP. 197701112008122003                |                                                                                       |
| Pembimbing 2 | Inkreswari Retno Hardini, S.Kom., M.T. |  |
|              | NIP. 1995021320240620001               |                                                                                       |

Mengetahui,  
Dekan,

  
Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.  
NIDN. 0027067204

Koordinator Program Studi,

  
Dr. Ryna Parlyna, M.B.A.  
NIDN/NUPTK. 0011017705

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Ratu Aulia Kinanti  
NIM : 1710622026  
Program Studi : S-1 Bisnis Digital  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul TA : Peran UTAUT2 dan *Satisfaction* terhadap *Behavioral Intention* pada Platform Freemium

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 27 Juli 2026  
Yang menyatakan,

  
Ratu Aulia Kinanti  
NIM.1710622026



## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://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 : Ratu Aulia Kinanti  
NIM : 1710622026  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 Bisnis Digital  
Alamat email : [ratuauliakinanti@gmail.com](mailto:ratuauliakinanti@gmail.com)

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

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

yang berjudul :

PERAN UTAUT2 DAN *SATISFACTION* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* PADA PLATFORM FREEMIUM

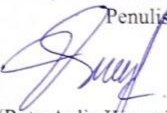
Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan 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 2026

Penulis

  
(Ratu Aulia Kinanti)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Peran UTAUT2 dan *Satisfaction* Terhadap *Behavioral Intention* pada Platform Freemium” dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Bisnis pada Program Studi S-1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, serta dukungan yang sangat berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Ryna Parlyna, M.B.A., selaku Koordinator Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan arahan serta bimbingan yang sangat berharga.
3. Ibu Inkreswari Retno Hardini S.Kom., M.T., selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan yang sangat membantu penulis.

4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, khususnya pada Program Studi Bisnis Digital, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua tercinta, Mama dan Papa, atas segala cinta, doa yang tak pernah putus, pengorbanan, serta dukungan yang selalu menyertai setiap langkah penulis.
6. Rasendryo, yang selalu menjadi tempat berpulang bagi penulis. Terima kasih atas dukungan yang tidak pernah henti dalam segala hal, kebersamaan, dan kesabaran yang selalu diberikan di sepanjang proses ini.
7. Winda dan Manda, sahabat terbaik penulis yang telah menjadi teman bertukar keluh kesah, berbagi tangis maupun tawa selama proses penyusunan skripsi ini. Saksi dan penguat di titik-titik terendah dalam hidup kita namun kita tetap saling menopang hingga akhirnya bisa sampai di titik ini bersama-sama.
8. Fini, Kei, Adel, dan sahabat-sahabat yang selalu berada dalam satu lingkaran dukungan atas kebersamaan, semangat, dan energi positif yang selalu diberikan.
9. Teman-teman seperjuangan Bisnis Digital B angkatan 2022, atas segala kenangan, kerja sama, dan bantuan selama masa perkuliahan.
10. Seluruh pihak yang selalu mendukung penulis dan tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala kebaikan dan doanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pihak-pihak yang membutuhkan.



## DAFTAR ISI

|                                                                         |             |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                    | <b>i</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                   | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI .....</b>                          | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                                          | <b>iv</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....</b>                            | <b>v</b>    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>                               | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                              | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                  | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                               | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                               | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                            | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                           | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Latar Belakang Penelitian.....</b>                               | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>                                         | <b>13</b>   |
| <b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>                                       | <b>14</b>   |
| <b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>                                     | <b>15</b>   |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....                                             | 15          |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                                             | 15          |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>                                      | <b>17</b>   |
| <b>2.1 Teori Pendukung.....</b>                                         | <b>17</b>   |
| 2.1.1 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> ..... | 17          |
| 2.1.2 <i>Expectation confirmation Model (ECM)</i> .....                 | 20          |
| 2.1.3 <i>Behavioral Intention</i> .....                                 | 21          |
| 2.1.4 <i>Performance Expectancy</i> .....                               | 27          |
| 2.1.5 <i>Price Value</i> .....                                          | 32          |
| 2.1.6 <i>Hedonic motivation</i> .....                                   | 37          |
| 2.1.7 <i>Satisfaction</i> .....                                         | 42          |
| <b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>                                   | <b>47</b>   |



|                                                                |            |
|----------------------------------------------------------------|------------|
| <b>2.3 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....</b>      | <b>57</b>  |
| 2.3.1 Kerangka Teori .....                                     | 57         |
| 2.3.2 Pengembangan Hipotesis .....                             | 57         |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                         | <b>74</b>  |
| <b>3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....</b>                   | <b>74</b>  |
| <b>3.2 Desain Penelitian .....</b>                             | <b>74</b>  |
| <b>3.3 Populasi dan Sampel.....</b>                            | <b>75</b>  |
| 3.3.1 Populasi.....                                            | 75         |
| 3.3.2 Sampel .....                                             | 76         |
| <b>3.4 Pengembangan Instrumen.....</b>                         | <b>78</b>  |
| 3.4.1 <i>Behavioral Intention</i> .....                        | 78         |
| 3.4.2 <i>Performance Expectancy</i> .....                      | 79         |
| 3.4.3 <i>Price Value</i> .....                                 | 80         |
| 3.4.4 <i>Hedonic Motivation</i> .....                          | 81         |
| 3.4.5 <i>Satisfaction</i> .....                                | 82         |
| <b>3.5 Teknik Pengumpulan Data .....</b>                       | <b>83</b>  |
| <b>3.6 Teknik Analisis Data.....</b>                           | <b>85</b>  |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                       | <b>92</b>  |
| <b>4.1 Deskripsi Data .....</b>                                | <b>92</b>  |
| 4.1.1 Karakteristik Responden.....                             | 93         |
| 4.1.2 Distribusi Frekuensi <i>Behavioral Intention</i> .....   | 96         |
| 4.1.3 Distribusi Frekuensi <i>Performance Expectancy</i> ..... | 97         |
| 4.1.4 Distribusi Frekuensi <i>Price Value</i> .....            | 99         |
| 4.1.5 Distribusi Frekuensi <i>Hedonic motivation</i> .....     | 101        |
| 4.1.6 Distribusi Frekuensi <i>Satisfaction</i> .....           | 103        |
| <b>4.2 Hasil Analisis Data .....</b>                           | <b>106</b> |
| 4.2.1 Uji <i>Outer Model</i> .....                             | 106        |
| 4.2.2 Uji <i>Inner Model</i> .....                             | 114        |
| <b>4.3 Pengujian Hipotesis.....</b>                            | <b>118</b> |
| 4.3.1 Pengaruh Langsung.....                                   | 118        |
| 4.3.2 Pengaruh Tidak Langsung .....                            | 129        |

|                                                               |            |
|---------------------------------------------------------------|------------|
| <b>4.4 Structural Model .....</b>                             | <b>138</b> |
| <b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN DAN SARAN ..</b> | <b>139</b> |
| <b>5.1 Kesimpulan .....</b>                                   | <b>139</b> |
| <b>5.2 Implikasi .....</b>                                    | <b>141</b> |
| 5.2.1 Implikasi Teoritis .....                                | 141        |
| 5.2.2 Implikasi Praktis .....                                 | 142        |
| <b>5.3 Keterbatasan Penelitian .....</b>                      | <b>148</b> |
| <b>5.4 Saran .....</b>                                        | <b>149</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                   | <b>150</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                          | <b>155</b> |

