

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan pengguna *video on demand* di Indonesia saat ini tidak terlepas dari internet. Besarnya pengguna internet di Indonesia dan munculnya pandemi Covid-19, menjadikan Indonesia salah satu target pasar *video on demand* yang dinilai memiliki potensi yang baik. Di sisi lain, hal ini juga membuat semakin banyak bermunculan layanan *video on demand* di Indonesia, seperti Disney+ Hotstar, Viu, Vidio, dan Netflix yang memiliki layanan yang hampir serupa dan membuat persaingan semakin kompetitif. Oleh sebab itu, layanan perlu memberikan kualitas layanan terbaik agar menciptakan persepsi yang baik dalam pikiran konsumen. Untuk melihat lebih jelas bagaimana persepsi konsumen terkait kualitas layanan keempat objek tersebut, diperlukan analisis *positioning* guna mengetahui posisi kompetitif, dan untuk meningkatkan atau mengevaluasi kinerja layanan dalam menghadapi persaingan bisnis saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui seperti apakah profil responden yang mendominasi dan persepsi mereka pada layanan *video on demand* di Indonesia, untuk memetakan *positioning* layanan *video on demand* di Indonesia berdasarkan dimensi *e-service quality*, dan untuk mengetahui layanan *video on demand* mana yang paling unggul berdasarkan pemetaan *positioning* yang telah dilakukan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif dan survey kepada 400 responden yang merupakan masyarakat Indonesia yang pernah berlangganan atau sedang berlangganan di Disney+ Hotstar, Viu, Vidio, dan Netflix. Selain itu, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan *multidimensional scaling* sebagai teknik analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang berusia 18 – 23 tahun dengan jenis kelamin perempuan. Pendidikan terakhir SMA/SMK, memiliki pendapatan per bulan sebesar Rp2.000.001 – Rp3.000.000 dan memiliki status pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa. Berdasarkan pada hasil analisis deskriptif, mereka mempersepsikan bahwa Viu berada pada peringkat pertama berdasarkan *e-service quality*, selanjutnya diikuti oleh Vidio, Netflix, dan Disney+ Hotstar. Kemudian Disney+ Hotstar dan Netflix berada pada kuadran masing-masing. Lalu Viu dan Vidio berada pada kuadran yang sama, sehingga terjadi persaingan yang tinggi. Dan berdasarkan pada hasil jarak *euclidean*, Disney+ Hotstar dipersepsikan sebagai layanan *video on demand* yang paling unggul dibandingkan layanan lainnya berdasarkan pemetaan *positioning* yang telah dilakukan.

Kata Kunci: *Positioning, E-Service Quality, Video on Demand, Multidimensional Scaling*