

ABSTRAK

Perkembangan bisnis di dunia saat ini telah berjalan dengan pesat didukung dengan peningkatan teknologi, salah satunya termasuk di industri *video on demand* (VoD). Layanan *streaming Video on demand* (VoD) pertama kali diperkenalkan oleh Netflix sebagai perusahaan penyedia layanan *streaming* online dengan berbasis biaya berlangganan yang ditagihkan. Netflix merupakan perusahaan *video streaming* terkemuka dengan jumlah pelanggan terbanyak, namun pada tahun 2022 kuartal satu Netflix mengalami penurunan pelanggan sebanyak 200 ribu pelanggan secara global, demikian juga hal tersebut terjadi di Indonesia, dimana pada tahun 2021 Netflix sudah memiliki pelanggan paling rendah dibandingkan platform serupa lain yang mulanya Netflix adalah penguasa pasar layanan *video streaming* hal tersebut dipengaruhi oleh harga Netflix yang memiliki harga paling tinggi dari pada layanan serupa dan kualitas layanan elektronik yang diberikan Netflix banyak dikeluhkan oleh pelanggan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi-dimensi harga dan *e-service quality* yang dimiliki oleh Netflix terhadap keputusan pembelian pada pengguna layanan Netflix.

Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan penelitian deskriptif. Data yang digunakan yaitu data yang diperoleh dari kuisioner, jumlah kuisioner tersebut ditentukan dengan menggunakan *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*, sehingga jumlah responden penelitian adalah sebanyak 400 responden. Kemudian teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis *Method of Succesive Interval* (MSI), uji normalitas, uji heterokedasdisitas, uji multikolinieritas, dan melakukan analisis regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian layanan *streaming Video on Demand* (VoD) Netflix. Sedangkan *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian layanan *streaming Video on Demand* (VoD) Netflix. Secara bersamaan, harga dan *e-service quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian layanan *streaming Video on Demand* (VoD) Netflix.

Kata kunci: Harga, *E-Service Quality*, Keputusan Pembelian, *Method of Succesive Interval*.