

ABSTRAK

Faktor yang mempengaruhi minat berlangganan pada layanan *video on demand* Netflix dengan memperhatikan beberapa faktor yaitu kualitas layanan, persepsi harga, promosi, *customer service*, minat berlangganan, serta pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, promosi dan *customer care/service* terhadap minat berlangganan pada layanan *video on demand*.

Metode yang digunakan berupa metode kuantitatif. Berdasarkan tujuan konklusif, strategi penelitian survei, tipe penyelidikan kausal, berdasarkan unit analisis individu, keterlibatan peneliti tidak mengintervensi data, latar belakang *non-contrive* dan waktu penelitian pelaksanaan *cross sectional*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa thitung kualitas layanan terhadap minat berlangganan sebesar 9.992, thitung persepsi harga terhadap minat berlangganan sebesar 1.999, thitung promosi terhadap minat berlangganan 10.889 dan thitung *customer care/service* sebesar 4.933. Berdasarkan hasil dari penelitian menyimpulkan bahwa variable Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Promosi dan *Customer Care/Service* berpengaruh positif terhadap Minat Berlangganan *Video On Demand* Netflix.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Promosi, *Customer Service/Care*, *Intention to Subscribe*