

ABSTRAK

Pertumbuhan konsumsi layanan *Subscription Video on Demand* (SVoD) di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat, di mana Netflix menjadi layanan SVoD paling populer dengan tingkat preferensi paling tinggi. Meskipun Netflix menjadi layanan *streaming* nomor satu di Indonesia, beberapa pengguna masih mengeluhkan berbagai aspek terkait kualitas layanan (*e-service quality*) mereka, di mana hal ini mempengaruhi tingkat kepercayaan (*e-trust*) dan tingkat kepuasan (*e-satisfaction*) pengguna Netflix. Walaupun berbagai studi sebelumnya telah membahas pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction*, namun masih terbatas penelitian yang mengeksplorasi peran *e-trust* sebagai variabel mediasi secara mendalam, terutama dalam konteks layanan digital *streaming* seperti Netflix, khususnya di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *e-trust* sebagai variabel mediasi dalam hubungan *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pada pengguna Netflix di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner (*Google Form*) kepada 395 responden dan menggunakan teknik analisis SEM-PLS dalam pengolahan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*. Selain itu, *e-service quality* juga terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi *e-trust*. Selanjutnya *e-trust* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*, dan *e-trust* sebagai mediasi berpengaruh positif dan signifikan dalam hubungan antara *e-service quality* dan *e-satisfaction*. Berdasarkan hasil temuan, Netflix diharapkan dapat terus menjaga dan meningkatkan *e-service quality* melalui tampilan aplikasi dan navigasi yang memudahkan pengguna memilih konten. Selain itu, Netflix juga harus meningkatkan komunikasi atau fitur personalisasi untuk meningkatkan *e-satisfaction*. Untuk meningkatkan *e-trust*, Netflix dapat melakukan transparansi kebijakan, kemudahan pengelolaan akun, dan responsif terhadap keluhan pengguna. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas wilayah penelitian dan mempertimbangkan variabel lain yang memiliki relevansi lebih tinggi.

Kata Kunci: *E-Service Quality, E-Trust, E-satisfaction, Netflix*