

ABSTRAK

Stephen Adi (01619220031)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERCEIVED VALUE SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN INTENTION TO RE-SUBSCRIBE PADA DISNEY PLUS HOTSTAR

Penelitian ini disusun dengan tujuan untuk menginvestigasi faktor apa saja yang dapat mempengaruhi atau menghambat niat individu untuk kembali berlangganan Disney Plus Hotstar. Populasi dari penelitian ini adalah individu dalam usia produktif, berdomisili di Jakarta dan Tangerang yang pastinya berlangganan Disney Plus Hotstar dengan durasi berlangganan dari satu sampai tiga bulan, empat sampai enam bulan, tujuh sampai sembilan bulan, sembilan sampai dua belas bulan dan sudah lebih dari satu tahun. Hasil empiris dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna memperhitungkan kenikmatan yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan, dan nilai yang dirasakan dapat berpengaruh positif terhadap keinginan untuk kembali berlangganan Disney Plus Hotstar. Selain faktor tersebut, terdapat pengaruh sosial sebagai faktor eksternal yang dapat mempengaruhi keinginan untuk berlangganan Disney Plus Hotstar. Sedangkan biaya adalah faktor penghalang untuk individu berlangganan Disney Plus Hotstar. Penelitian ini disusun dengan harapan dapat memberikan pandangan pengguna terhadap Disney Plus Hotstar sebagai acuan atau panduan kepada pemilik dan pengembang agar dapat memperluas konsumen, memberikan nilai tambahan terhadap konsumen dan mengetahui apa saja penghambatnya.

Referensi : 50 (1989-2022)

Kata Kunci: Disney Plus Hotstar, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, *Intention to Re-Subscribe*

ABSTRACT

Stephen Adi (01619220031)

FACTORS THAT INFLUENCE THE PERCEIVED VALUE AND ITS IMPLICATIONS FOR CUSTOMER SATISFACTION AND INTENTION TO RE-SUBSCRIBE TO DISNEY PLUS HOTSTAR

This research was prepared with the aim of investigating what factors can influence or hinder individuals' intentions to re-subscribe to Disney Plus Hotstar. The population of this study are individuals of productive age, domiciled in Jakarta and Tangerang who definitely subscribe to Disney Plus Hotstar with a subscription duration of one to three months, four to six months, seven to nine months, nine to twelve months and more than one year. The empirical results of this research show that users consider perceived enjoyment, perceived benefits, perceived convenience, and perceived value to have a positive influence on the desire to re-subscribe to Disney Plus Hotstar. Apart from these factors, there is social influence as an external factor that can influence the desire to subscribe to Disney Plus Hotstar. Meanwhile, cost is a prohibitive factor for individuals subscribing to Disney Plus Hotstar. This research was prepared with the hope of providing users' views on Disney Plus Hotstar as a reference or guide to owners and developers so they can expand consumers, provide additional value to consumers and find out what the obstacles are.

Reference : 50 (1989-2022)

Keywords: Disney Plus Hotstar, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, *Intention to Re-Subscribe*