BAB I

PENDAHULUAN

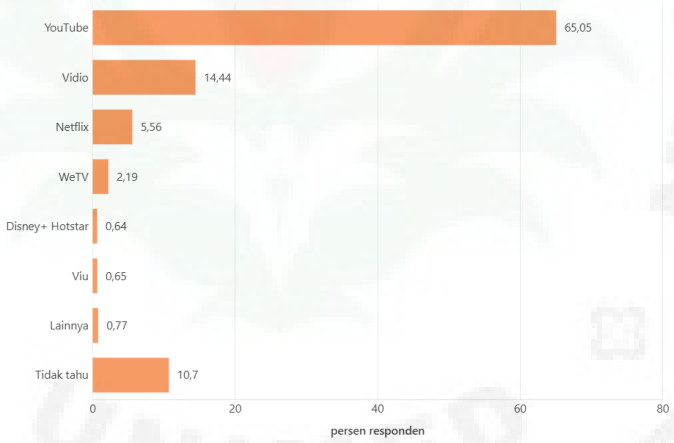
1.1 Latar Belakang Masalah

Transformasi digital yang signifikan telah terjadi di seluruh dunia sebagai akibat dari pengembangan internet dan teknologi informasi, ini telah mengubah cara orang berinteraksi, mencari hiburan, dan bertransaksi. Jumlah pengguna internet Indonesia terus meningkat setiap tahun, menempatkannya di antara negara yang mengalami pertumbuhan digital paling pesat. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah orang Indonesia yang menggunakan internet akan meningkat dari 171,17 juta pada 2018 menjadi 221 juta pada tahun 2024. Sektor video-on-demand (VOD) atau Over-the-top (OTT) adalah salah satu contoh pertumbuhan industri layanan digital yang sangat subur.

Pasar OTT Indonesia sedang berkembang pesat, dengan perkiraan nilai pasar sebesar usd 16.386,82 juta pada tahun 2030, tumbuh dengan cagr sebesar 31,3% dari usd 870,35 juta pada tahun 2020 (Allied market research, 2022). menurut data dari media partners asia yang dirilis pada semester pertama tahun 2022, Indonesia telah menjadi pasar streaming terbesar di asia tenggara dengan total 17,4 juta pelanggan SVOD (*Subscription Video On Demand*) . Dalam konteks ini, persaingan antar platform streaming menjadi semakin ketat, dengan pemain global seperti Netflix, Disney+ Hotstar, Amazon Prime Video, dan platform lokal seperti Vidio, Wetv, dan Viu berlomba-lomba merebut pangsa pasar Indonesia yang potensial.

Disney+ Hotstar merupakan salah satu pemain signifikan dalam industri streaming Indonesia yang menawarkan kombinasi unik konten premium dari Disney, Marvel, Star Wars, Pixar, National Geographic, serta konten lokal dan internasional lainnya. Platform ini pertama kali diluncurkan di Indonesia pada 5 september 2020 sebagai pasar pertama di asia tenggara di luar india, di tengah persaingan yang ketat, Disney+ Hotstar menampilkan sebuah anomali yang signifikan. Saat diluncurkan di Indonesia pada september 2020, platform ini meraih kesuksesan fenomenal, dengan cepat mengakuisisi 2,5 juta pelanggan berbayar dan

melampaui pemain mapan seperti netflix yang saat itu hanya memiliki 850.000 pelanggan (Doris yu, 2021). meskipun memiliki start yang kuat, data terkini menunjukkan fenomena yang menarik dan mengkhawatirkan terkait posisi Disney+ hotstar di pasar Indonesia. Berdasarkan survei (Katadata, 2025) yang dipublikasikan pada tahun 2025, lanskap kompetitif platform streaming Indonesia menunjukkan dinamika yang sangat berbeda dari era awal peluncuran. Youtube mendominasi dengan penetrasi 65,05% di kalangan pengguna platform streaming Indonesia, diikuti oleh platform lokal vidio dengan 14,44%, netflix dengan 5,56%, dan wetv dengan 2,19%. Disney+ hotstar menempati posisi kelima dengan penetrasi hanya 0,64%, tertinggal sangat jauh dari kompetitor utamanya.

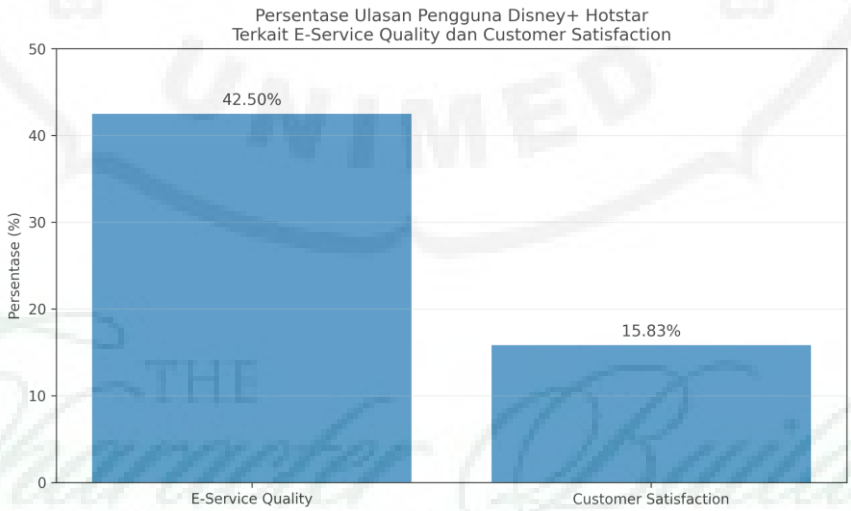


Gambar 1. 1 Aplikasi streaming video paling sering diakses masyarakat Indonesia tahun 2025
Sumber: katadata

Data lain dari (Jakpat, 2024) pada awal 2024 juga mengonfirmasi tren negatif ini, di mana pangsa penggunaan Disney+ hotstar turun drastis dari 34% menjadi 24% hanya dalam kurun waktu satu tahun. Dilansir dari detiknet, penurunan ini sejalan dengan tren global, di mana platform ini kehilangan 700.000 pelanggan pada kuartal pertama 2025 setelah menaikkan harga langganan, serta kehilangan 12,5 juta pelanggan pada periode sebelumnya akibat perubahan strategi konten (Josina, 2025). kesenjangan antara ekspektasi Disney+ hotstar sebagai pemimpin pasar berkat kekuatan kontennya dengan realitas penurunan pangsa pasar dan jumlah pelanggan yang signifikan inilah yang menjadi kesenjangan fenomena utama dalam penelitian ini.

Menurut penelitian awal yang menyelidiki ulasan pengguna di google playstore, pangsa pasar Disney+ hotstar di Indonesia telah menurun. Ini menunjukkan bahwa ada masalah besar dengan kualitas layanan elektronik yang diberikan kepada pelanggan. Hal itu seturut dengan studi oleh (Nova & elma fitria, 2023) menemukan bahwa ada banyak keluhan dan penilaian buruk dari pengguna Disney+ hotstar, serta persaingan ketat antar layanan vod yang menyebabkan tingkat langganan tidak stabil pada akhir 2020 hingga awal 2022.

Berdasarkan hasil *scraping* dan klasifikasi ulasan pengguna Disney+ Hotstar di Google Play Store selama periode 2021–2025, ditemukan adanya berbagai ulasan yang berkaitan dengan permasalahan *E-Service Quality* dan *Customer Satisfaction*. Dari 9.323 ulasan yang dianalisis, sebanyak 3.962 ulasan (42,50%) teridentifikasi berkaitan dengan *E-Service Quality*, sedangkan 1.476 ulasan (15,83%) berkaitan dengan *Customer Satisfaction*. Secara keseluruhan, terdapat 5.438 ulasan (59,39%) yang berkaitan dengan kedua aspek tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa permasalahan kualitas layanan elektronik dan kepuasan pengguna cukup banyak ditemukan dalam ulasan pengguna Disney+ Hotstar.



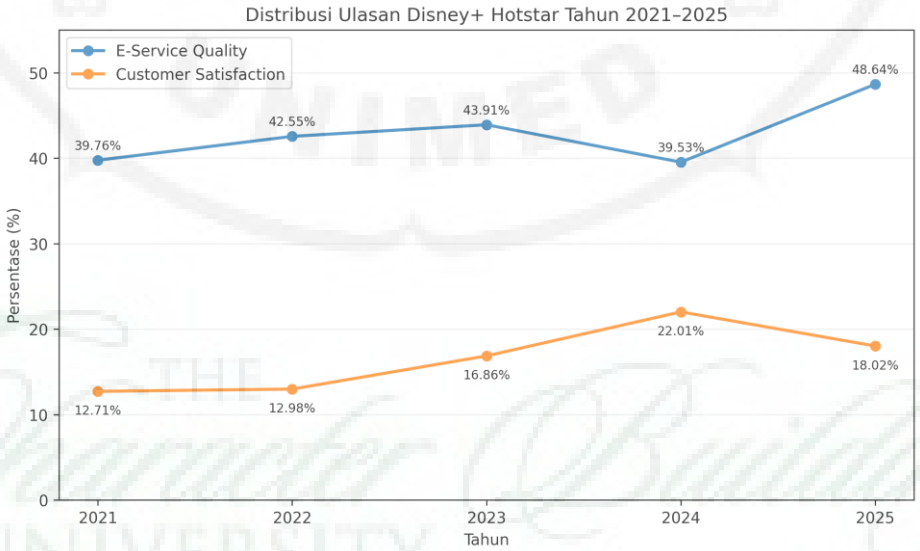
Gambar 1. 2 Persentase Ulasan Pengguna Disney+ Hotstar Terkait E-Service Quality dan Customer Satisfactio

Sumber:Hasil scraping ulasan Google Play Store, diolah peneliti (2026)

Berdasarkan distribusi ulasan selama periode 2021–2025, persentase ulasan yang berkaitan dengan *E-Service Quality* menunjukkan angka 39,76% pada tahun 2021, meningkat menjadi 42,55% pada tahun 2022, 43,91% pada tahun 2023,

kemudian sebesar 39,53% pada tahun 2024, dan kembali meningkat menjadi 48,64% pada tahun 2025. Sementara itu, ulasan yang berkaitan dengan *Customer Satisfaction* sebesar 12,71% pada tahun 2021, 12,98% pada tahun 2022, 16,86% pada tahun 2023, 22,01% pada tahun 2024, dan 18,02% pada tahun 2025. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa permasalahan yang berkaitan dengan kualitas layanan elektronik dan kepuasan pengguna terus muncul selama periode pengamatan.

Permasalahan tersebut tidak hanya menunjukkan adanya gangguan dalam penggunaan aplikasi, tetapi juga menggambarkan pengalaman pengguna terhadap layanan Disney+ Hotstar secara keseluruhan. Keluhan yang berkaitan dengan *E-Service Quality* mencakup berbagai permasalahan teknis, seperti OTP, login, error, aplikasi mengalami *force close* atau *crash*, buffering, masalah server, hingga kegagalan pembayaran. Sementara itu, permasalahan yang berkaitan dengan kualitas dan *Customer Satisfaction* mencakup subtitle, kualitas gambar, kelengkapan konten, serta kekecewaan pengguna. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik dan pengalaman yang diterima pengguna masih menjadi aspek yang perlu diperhatikan dalam layanan Disney+ Hotstar.



Gambar 1. 3 *Distribusi ulasan pengguna disney+ hotstar tahun 2021–2025*
Sumber: Hasil scraping ulasan google play store oleh peneliti

Permasalahan tersebut menjadi semakin penting karena pengguna layanan *video streaming* memiliki berbagai alternatif platform dengan layanan yang serupa. Ketika pengguna mengalami gangguan teknis, kesulitan dalam menggunakan fitur,

maupun memperoleh pengalaman yang tidak sesuai dengan harapan, kondisi tersebut dapat memengaruhi penilaian pengguna terhadap layanan yang diterima. Oleh karena itu, kualitas layanan elektronik (*E-Service Quality*) menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan karena dapat memengaruhi kepuasan pengguna dan selanjutnya akan berkaitan dengan kecenderungan pengguna untuk tetap menggunakan layanan Disney+ Hotstar.

Dalam konteks tersebut, *E-Service Quality* merupakan evaluasi pengguna terhadap kualitas layanan yang diberikan melalui platform elektronik. Kualitas layanan elektronik menjadi penting dalam layanan streaming karena pengguna berinteraksi dengan layanan melalui aplikasi dan sistem digital. Sementara itu, *Customer Satisfaction* menggambarkan tingkat kepuasan pengguna setelah membandingkan pengalaman yang diperoleh dengan harapan terhadap layanan. Dengan demikian, permasalahan yang ditemukan dalam hasil *scraping* menjadi dasar empiris untuk mengkaji hubungan antara *E-Service Quality*, *Customer Satisfaction*, dan Loyalitas Pengguna.

Dalam literatur pemasaran digital, banyak penelitian telah memfokuskan pada hubungan antara *e-service quality*, *customer satisfaction*, dan loyalitas pelanggan. Ada hubungan kausal yang kuat antara ketiga konsep ini, menurut teori dan bukti empiris. Studi menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik dapat memengaruhi kesetiaan secara langsung dan tidak langsung melalui mediasi kepuasan pelanggan. Hubungan positif antara kepuasan dan loyalitas telah ditetapkan dalam berbagai konteks. Kim et al. (2009) dalam penelitian tentang *e-service quality* pada ritel online, ditemukan bahwa kepuasan pelanggan memediasi sepenuhnya hubungan antara *e-service quality* dan loyalitas pelanggan. Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik mempengaruhi kesetiaan pelanggan melalui pembentukan kepuasan pelanggan terlebih dahulu. Namun, ada bukti ilmiah yang menunjukkan bahwa kualitas layanan *e-service quality* memengaruhi loyalitas secara langsung. (Zeithaml et al., 1996) menunjukkan bahwa kualitas layanan dapat memengaruhi tujuan perilaku pelanggan secara langsung tanpa memerlukan kepuasan pelanggan, terutama ketika pelanggan sangat menghargai aspek teknis layanan.

Berbagai studi sebelumnya melihat bagaimana kepuasan pelanggan, loyalitas, dan kualitas *layanan* elektronik berkorelasi satu sama lain. Misalnya, penelitian yang mengemukakan bahwa persepsi harga dan kualitas suatu layanan e-commerce memengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi kepuasan pelanggan tidak memengaruhi loyalitas pelanggan penelitian (Ivantan, purwanti, et al., 2024). Menurut (Tri atmojo & widodo, 2022), *e-service quality* tidak terbukti memberikan pengaruh langsung terhadap loyalitas pengguna. Namun, peningkatan loyalitas dapat terjadi melalui *customer satisfaction* yang berperan sebagai variabel mediasi. Meskipun demikian, terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan melalui kepuasan pelanggan. (Sya'diah h hanapiah et al., 2025a) mengemukakan bahwa *e-service quality* memeliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, *e-service quality* juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Studi ini ini juga menemukan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas, serta berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara *e-service quality* dan loyalitas pelanggan.

Meskipun banyak studi menyoroti hubungan *e-service quality*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan pada sektor e-commerce, perbankan, atau aplikasi umum, bukan secara khusus pada layanan streaming video Indonesia. Khususnya, belum banyak kajian yang menguji model mediasi kepuasan antara kualitas layanan elektronik dan loyalitas pelanggan di kalangan pengguna Disney+ hotstar di Indonesia. Padahal, penurunan pengguna Disney+ hotstar pada tahun 2022 (meningkatnya peringkat menjadi nomor empat setelah netflix dan viu) mengindikasikan ada masalah kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Gap* yang ada adalah kurangnya penelitian kuantitatif yang mengaitkan secara langsung *e-service quality* dengan loyalitas dalam ekosistem streaming Indonesia, dengan mempertimbangkan peran kepuasan sebagai mediasi. Selain itu, metode sampling dalam beberapa penelitian sebelumnya bersifat purposif dan terbatas, sehingga diperlukan penelitian baru dengan fokus khusus pada komunitas pengguna Disney+ hotstar di Medan. Maka penelitian ini menjadi penting untuk mengisi gap tersebut dan menghasilkan pemahaman berbasis bukti mengenai bagaimana kualitas layanan elektronik yang ada pada Disney+ hotstar

mempengaruhi loyalitas pengguna aplikasi Disney+ hotstar di Medan, baik mempengaruhi secara langsung maupun mempengaruhi melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

1.2 Identifikasi masalah

Dengan mempertimbangkan konteks masalah yang telah dijelaskan, beberapa masalah dapat diidentifikasi:

1. Disney+ hotstar mengalami penurunan drastis dari posisi pemimpin pasar tertinggal jauh dari kompetitor seperti youtube, vidio dan netflix.
2. Disney+ hotstar kehilangan 700.000 pelanggan pada kuartal pertama 2025.
3. Tingginya jumlah keluhan dan rating buruk di google play store mengindikasikan adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap pengalaman penggunaan platform Disney+ hotstar.
4. Dalam pasar streaming yang sangat kompetitif dengan kemudahan switching ke platform lain, masalah teknis dan ketidakpuasan pelanggan berpotensi mengikis loyalitas pengguna Disney+ hotstar.

1.3 Batasan masalah

Karena luasnya penelitian ini, ada batasan yang diperlukan untuk memfasilitasi diskusi yang lebih terfokus. Batasan yang terkait dengan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi ini terbatas pada tiga variabel utama: variabel independen (*e-service quality)*, variabel mediasi (*customer satisfaction*), dan variabel dependen (loyalitas pelanggan).
2. Objek penelitian ini secara spesifik adalah layanan *streaming over-the-top* (ott) Disney+ hotstar. Penelitian ini tidak melakukan perbandingan dengan platform pesaing seperti netflix, vidio, atau lainnya.
3. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang merupakan pengguna layanan Disney+ hotstar yang sudah berlangganan minimal selama sebulan . Lokasi penelitian dibatasi secara geografis hanya pada pengguna yang berdomisili di Kota Medan.

1.4 Rumusan masalah

Rumusan masalah penelitian ini, berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, adalah:

1. Apakah *e-service quality* berdampak positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengguna Disney+ hotstar di Kota Medan?
2. Apakah customer *satisfaction* berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Disney+ hotstar di Kota Medan?
3. Apakah *e-service quality* berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Disney+ hotstar di Kota Medan?
4. Apakah *customer satisfaction* memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Disney+ hotstar di Kota Medan?

1.5 Tujuan penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Disney+ hotstar.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh *e-service quality terhadap* loyalitas pelanggan pada pengguna Disney+ hotstar.
3. Menganalisis dan menguji pengaruh *customer satisfaction* terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Disney+ hotstar.
4. Menganalisis dan menguji peran *customer satisfaction* sebagai variabel yang mediasi dalam hubungan antara *e-service quality* dan loyalitas pelanggan pada pengguna Disney+ hotstar.

1.6 Manfaat penelitian

1) Manfaat teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat:

a) Memberikan kontribusi ilmiah untuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran, terutama yang berkaitan dengan bagaimana pelanggan menggunakan layanan digital berbasis langganan.

b) Menjadi referensi empiris mengenai hubungan antara *e-service quality*, *customer satisfaction*, dan loyalitas pelanggan dalam konteks industri streaming.
c) Memperkuat pemahaman teoritis tentang peran kepuasan sebagai variabel mediasi dalam membentuk loyalitas pelanggan.

2) Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat:

a) Memberikan masukan bagi manajemen Disney+ hotstar dalam meningkatkan kualitas layanan digital agar dapat memenuhi harapan dan meningkatkan kepuasan pengguna.
b) Menjadi pertimbangan bagi platform streaming lain dalam memperbaiki aspek teknis layanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan memberikan gambaran bagi pelaku industri ott mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pelanggan, khususnya terkait kualitas layanan dan kepuasan.
c) Menjadi acuan bagi peneliti maupun mahasiswa dalam memahami dan mengembangkan studi terkait kualitas layanan digital, kepuasan, dan loyalitas pelanggan.