" PENERAPAN MODEL TAM (*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*) PADA LAYANAN PLATFORM *STREAMING* FILM *ONLINE* NETFLIX "

Disusun Oleh:

Nama	: Moch Setyo Alen Cahyo
Nomor Mahasiswa	: 21311384
Jurusan	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Pemasaran

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

" PENERAPAN MODEL TAM (*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*) PADA LAYANAN PLATFORM *STREAMING* FILM *ONLINE* NETFLIX"

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Disusun Oleh:

Nama	: Moch Setyo Alen Cahyo
Nomor Mahasiswa	: 21311384
Jurusan	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Pemasaran

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan oleh pihak lain untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi manapun. Sepanjang pengetahuan saya, seluruh kutipan, pendapat, atau hasil karya orang lain yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan secara tertulis dan diakui sumbernya dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 9 Juni 2025



Moch Setyo Alen Cahyo

HALAMAN PENGESAHAN

PENERAPAN MODEL TAM (*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*)
PADA LAYANAN PLATFORM *STREAMING* FILM *ONLINE* NETFLIX

SKRIPSI

Ditulis oleh

Nama	: Moch Setyo Alen Cahyo
Nomor Mahasiswa	: 21311384
Jurusan	: Manejemen
Bidang Konsentrasi	: Pemasaran

Yogyakarta, 9 Juni 2025

Disetujui untuk diajukan oleh,

Dosen Pembimbing



Erlita Ridanasti S.E., M.M.

BERITA ACARA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

" PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED EASE OF USE UNTUK MENGOPTIMALKAN INTENTION TO USE MELALUI ATTIUDE TOWARDS USING MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP KONSUMEN LAYANAN PLATFORM STREAMING FILM NETFLIX PADA GENERASI Z "

Disusun oleh : Moch. Setyo Alen Cahyo

Nomor Mahasiswa : 21311308

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan lulus
hari ini, tanggal: Jumat 01 Agustus 2025

Pembimbing TA : Erlita Ridanasti, S.E., M.M.
Penguji : Budi Astuti, Dr., Dra., M.Si.

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Jalla Jalaluhu atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga setiap niat baik dapat diwujudkan dan berbagai kebaikan dapat disempurnakan. Tanpa pertolongan dan izin dari-Nya, mustahil bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul PENERAPAN MODEL TAM (*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*) PADA LAYANAN PLATFORM *STREAMING* FILM *ONLINE* NETFLIX. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Penyusunan tugas akhir ini tentu tidak lepas dari dukungan, bantuan, doa, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Abdur Rafik, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Erlita Ridanasti, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan penuh dedikasi telah membimbing serta memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan staf di lingkungan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia atas ilmu, wawasan, serta pengalaman berharga yang telah diberikan.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Dul Mu'in dan Ibu Julikah, yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan tanpa henti baik secara lahir maupun batin.
7. Ketiga kakak saya: Ludfy, Tika, dan Tiwik beserta pasangan hidup mereka, yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan selama proses studi ini berlangsung.
8. Teman-teman sejawat yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta menemani penulis khusus nya Irma Tiana, dalam menjalani masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.
9. Dan kepada diri saya sendiri, atas komitmen, dedikasi, serta usaha dalam menyelesaikan amanah dan tanggung jawab yang telah dipercayakan oleh keluarga untuk menyelesaikan pendidikan ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 9 Juni 2025



Moch Setyo Alen Cahyo

ABSTRAK

PENERAPAN MODEL TAM (*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*) PADA LAYANAN PLATFORM *STREAMING* FILM *ONLINE* NETFLIX

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara generasi muda mengakses hiburan, salah satunya melalui layanan *streaming* seperti Netflix. Generasi Z sebagai digital *native* menjadi pengguna dominan layanan ini, sehingga penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat mereka dalam menggunakan Netflix. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Intention to Use* (ITU) melalui *Attitude Toward Using* (ATU) dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 115 orang dari kalangan Generasi Z pengguna layanan Netflix. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Likert 1–6, kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PU dan PEOU tidak berpengaruh secara langsung terhadap ITU. Namun, keduanya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ATU. Sementara itu, ATU terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ITU. Temuan ini menegaskan bahwa sikap pengguna menjadi variabel mediasi yang penting dalam menjembatani pengaruh persepsi kegunaan dan kemudahan terhadap niat penggunaan layanan digital.

Kata Kunci*:* *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using, Intention to Use, Technology Acceptance Model*, Netflix, Generasi Z

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF THE TAM (TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL) IN NETFLIX'S ONLINE FILM STREAMING PLATFORM SERVICE

The advancement of digital technology has transformed how younger generations access entertainment, notably through streaming services like Netflix. Generation Z, as digital natives, are dominant users of such platforms, making it crucial to understand the factors influencing their intention to use. This study aims to analyze the influence of Perceived Usefulness *(PU) and* Perceived Ease of Use *(PEOU) on* Intention to Use *(ITU) through* Attitude Toward Using *(ATU), using the* Technology Acceptance Model *(TAM) as a theoretical framework.This research employed a quantitative approach with a total of 115 respondents from Generation Z who use Netflix. Data were collected through a questionnaire using a 6-point Likert scale and analyzed using SmartPLS to examine the relationships among variables. The results indicate that PU and PEOU do not have a direct effect on ITU. However, both variables significantly and positively influence ATU. Furthermore, ATU has a significant and positive impact on ITU. These findings highlight that user attitude serves as a crucial mediating variable, bridging the influence of perceived usefulness and ease of use on the intention to use digital services.*

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using, Intention to Use, Technology Acceptance Model, Netflix, Generation Z*

DAFTAR ISI

SKRIPSI i

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

BERITA ACARA iv

KATA PENGANTAR v

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.3 Tujuan Penelitian 9

1.4 Manfaat Penelitian 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA 13

2.1 Landasan Teori 13

2.1.1 Model Penerimaan Teknologi 13

2.2 Definisi Variabel 15

2.2.1 Kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness)* 15

2.2.2 Kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) 16

2.2.3 Sikap terhadap penggunaan *(attitude towards using)*..... 17

2.2.4 Niat penggunaan (*intention to use)*..... 18

2.3 Pengembangan Hipotesis 20

2.3.1 Kegunaan yang dirasakan *(perceived usefulness)* terhadap niat penggunaan *(intention to use)*..... 20

2.3.2 Kemudahan penggunaan yang dirasakan *(perceived ease of use) terhadap* niat untuk menggunakan *(intention to use)* 21

2.3.3 Kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) terhadap Sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*)..... 22

2.3.4 Kemudahan penggunaan yang dirasakan *(perceived ease of use)* terhadap Sikap terhadap penggunaan *(attitude toward using)* 24

2.3.5 Sikap terhadap penggunaan *(attitude toward using)* terhadap Niat untuk menggunakan *(intention to use)* 26

2.3.6 Kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) terhdap niat untuk menggunakan (*intention to use*) dimediasi oleh sikap penggunaan (*attitude towards using)* 27

2.3.7 Kemudahan penggundaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) terhdap niat untuk menggunakan (*intention to use*) dimediasi oleh sikap penggunaan (*attitude towards using)* 29

2.4 Kerangka Penelitian..... 30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 31
3.1 Pendekatan 31
3.2 Lokasi Penelitian 32
3.3 Populasi dan Sampel 33
3.3.1 Populasi 33
3.3.2 Sampel 34
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 37
3.4.1 Kegunaan yang di rasakan (*perceived usefulness)* 37
3.4.2 Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) 38
3.4.3 Sikap terhadap penggunaan (*attitude towards using*) 39
3.4.4 Niat menggunakan (intention to use) 41
3.5 Jenis dan Teknik Pengumpulan 41
3.6 Pilot Test 43
3.6.1 Uji Validitas 43
3.6.2 Uji Reliabilitas 46
3.7 Teknik Analisis Data 47
3.7.1 Analisis Deskriptif 47
3.7.2 Analisis Statistik Inferensial 48
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 55
4.1 Karakteristik Responden 55
4.1.1 Jenis Kelamin 55
4.1.2 Usia Responden 56

4.1.3 Domisili....56
4.1.4 Platform *Streaming* Lain Selain Netflix....57
4.2 Uji Kualitas Data pada 115 Sampel....59
4.2.1 Uji Validitas Kualitas Data....59
4.2.2 Uji Reliabilitas Kualitas Data....61
4.3 Analissis Statistik Deskriptif....62
4.3.1 Tabel Deskriptif (Variabel Kegunaan Yang Dirasakan)....63
4.3.2 Tabel Deskriptif (Variabel kemudahan penggunaan)....64
4.3.3 Tabel Deskriptif (Variabel sikap terhadap penggunaan)....65
4.3.4 Tabel Deskriptif (Variabel niat untuk menggunakan)....66
4.4 Uji Model Pengukuran *(Outer Model)*....66
4.4.1 Uji Reliabilitas....71
4.4.2 Pengujian Model Struktural *(Iner Model)*....72
4.5 Pembahasan....80
4.5.1 Pengaruh Kegunaan Yang Dirasakan Terhadap Niat Menggunaan Netflix....80
4.5.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Menggunakan Netflix....81
4.5.3 Pengaruh Kegunaan Yang Dirasakan Terhadap Sikap Penggunaan Netflix....82
4.5.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Netflix....83

4.5.7 Pengaruh Kemudaah Penggunaan Yang Dirasakan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Dimediasi Oleh Sikap Terhadap Penggunaan 85
BAB V PENUTUP 87
5.1 Kesimpulan 87
5.1.1. Pengaruh Manfaat yang Dirasakan terhadap Niat untuk Menggunakan 87
5.1.2. Pengaruh Kemudahan yang Dirasakan terhadap Niat untuk Menggunakan 88
5.1.3. Pengaruh Manfaat yang Dirasakan terhadap Sikap Penggunaan 88
5.1.4. Pengaruh Kemudahan yang Dirasakan terhadap Sikap Penggunaan 88
5.1.5. Pengaruh Sikap Penggunaan terhadap Niat untuk Menggunakan 89
5.1.6. Pengaruh Manfaat yang Dirasakan dan Kemudahan yang Dirasakan terhadap Niat untuk Menggunakan Dimediasi Oleh Sikap Terhadap Penggunaan 89
5.2 Implikasi Penelitian 90
5.2.1 Manfaat Teoritis 90
5.2.2 Manfaat Praktis 91
5.3 Keterbatasan Penelitian 92
5.4 Rekomendasi Penelitian ke Depan 94
DAFTAR PUSTAKA 97

LAMPIRAN 104

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pernyataan *Perceived Usefulness* 37
Tabel 3.2 Pernyataa *Perceived Ease Of Usee* 39
Tabel 3. 3 Pernyataan *Atitude Towards Using* 40
Tabel 3. 4 Pertanyaan *Intention to Use* 41
Tabel 3. 5 Skala *Likert* 42
Tabel 3. 6 Uji Validitas *Pilot* 44
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas *Pilot Test* 46
Tabel 3. 8 Uji Kolinearitas 51
Tabel 3. 9 Kriteria Uji *R-Square* 52
Tabel 4. 1 Kelamin Responden 55
Tabel 4. 2 Usia Responden 56
Tabel 4. 3 Domisili Responden 56
Tabel 4. 4 Responden yang Menggunakan Platform *Streming* Selain Netflix 58
Tabel 4. 5 Uji Validitas Pilot Pada 115 Responden 59
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas 115 Responden 61
Tabel 4. 7 Deskriptif Varibel 62
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Kegunaan yang Dirasakan 63
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan 64
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Sikap terhadap Penggunaan 65
Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel Niat untuk Menggunakan 66
Tabel 4. 12 *Outer Loading* 67
Tabel 4. 13 *Avarage Variance Extracted* 68
Tabel 4. 14 *Fornell-Larcker Criterion* 69
Tabel 4. 15 *Cross Loading* 70
Tabel 4. 16 *Cronbach's Alpha dan Composite Reliability* 72

Tabel 4. 17 Uji Kolineritas 73
Tabel 4. 18 Hasil *R-Suqare* 74
Tabel 4. 19 Hasil *Q-Square* 76
Tabel 4. 20 Hasil Koefisien Jalur 78
Tabel 4. 21 *indirect effect* 79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan Layanan *Streaming* 2021 7
Gambar 2. 1 Bagan T*echnology Aceptance Mod*el..... 14
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian 30
Gambar 4. 1 Pengukuran *Outer* 67
Gambar 4. 2 *Bootstrapping* Uji Model Struktural 77

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi semakin pesat, khususnya dalam industri hiburan. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah *platform streaming film online* yang menawarkan kemudahan akses bagi konsumen untuk menonton berbagai jenis konten tanpa batasan waktu dan tempat, dalam kurun waktu kurang dari 10 tahun, layanan *streaming* film berkembang sangat pesat (Reza Pahlevi, 2021). Alasan pertama adalah platform ini menawarkan kenyamanan dan kemudahan untuk mengakses hiburan tanpa keluar rumah. Ini merupakan hal yang berbeda dari pengalaman saat menonton di bioskop. Kita tak perlu lagi memesan tiket, *dressed up*, dan pergi ke mal untuk bisa menikmati film lewat layanan *streaming*. Cukup sediakan ponsel, tablet, laptop, atau *smart TV*, kita bisa langsung login ke aplikasi *streaming film* favorit dan langsung memilih mau menonton apa, bahkan kita bisa melakukannya sambil rebahan atau sebagai selingan aktivitas lainnya.

Biaya *streaming film* juga bisa dibilang lebih terjangkau daripada nonton di bioskop. Berbeda dengan bioskop, biaya langganan layanan *streaming film* memang harus dibayarkan di awal untuk kurun waktu tertentu, ada yang mingguan, bulanan, hingga beberapa bulan sekali. Biaya yang harus kita keluarkan pun berbeda-beda tergantung *platformnya*. Misalnya saja, Netflix.

Salah satu layanan yang paling banyak digunakan masyarakat ini punya variasi harga. Termahal adalah paket *Premium (Ultra HD/HD)* yang dibanderol Rp 186 ribu per bulan. Jika melihat nominal ini, tentu bioskop terlihat lebih terjangkau karena tarif nonton umumnya berkisar antara Rp30-50 ribu (Azka, 2021). Dibalik kemudahan penggunaan dan keuntungan yang diberikan oleh aplikasi *video streaming,* pengguna juga tidak bisa mengabaikan keamanan dari aplikasi *video streaming* tersebut. Seiring banyaknya akses ke aplikasi *video streaming* berbasis *android* dapat menjadi target utama oleh *Cracker* dalam melakukan tindak kejahatan. Dari banyaknya aplikasi *android* yang beredar tidak semuanya sudah menerapkan pengujian keamanan dengan baik sesuai ISO/2700 (Nurindah Sari & Parga Zen, 2022).

Penggunaan layanan *streaming film online* sangat diminati, terutama di kalangan Generasi Z (Gen Z – orang yang lahir pada periode pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an) (H. Liu *et al*., 2020). Berdasarkan riset yang digelar IDN Research Institute bersama Advisia untuk Indonesia *Millennial* Report 2024, terlihat bahwa mayoritas masyarakat Gen Z Indonesia lebih suka menonton film maupun serial lewat streaming *platform* alias OTT (*Over The Top*) daripada ke bioskop. Dalam Indonesia *Millennial Report 2024*, terungkap bahwa mayoritas Generasi Z yang mengikuti riset ini mengaku memilih menonton di platform streaming *online*, sementara 22 persen responden lain masih lebih suka nonton film di bioskop konvensional. Alasan mereka memilih pilihan ini pertama-tama didorong oleh faktor ekonomi. Banyak diantara

responden Gen Z yang merasa menonton film lewat OTT (*Over The Top*) lebih terjangkau dan hemat dibanding menonton di bioskop. Selain itu Gen Z cenderung ingin menghindari spoiler tapi juga punya mental FOMO (*fear of missing out)*. Oleh karena itu, banyak diantara mereka yang mengacu pada streaming platform yang cepat untuk mengejar tren.

Penelitian ini menggunakan model TAM (*Technology Acceptance Model*), TAM sendiri dikembangkan oleh Davis (1985), merupakan salah satu model penelitian paling populer untuk memprediksi penggunaan dan penerimaan sistem informasi dan teknologi oleh pengguna individu yang merupakan model yang telah terbukti andal dalam menganalisis penerimaan teknologi. Model TAM ini, terdapat dua variabel kunci, yaitu *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan), yang berpengaruh terhadap sikap pengguna (*attitude toward using*) terhadap teknologi, dan pada akhirnya mempengaruhi niat untuk menggunakan (*intention to use*) teknologi tersebut (Davis, 1985).

Dalam penelitian ke dua pada tahun 1989 yang membahas mengenai langkah lanjutan TAM, Davis (1989) *percived usefulness* (manfaat yang dirasakan) didefinisikan sebagai, sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya dalam konteks tertentu (Davis, 1989). Sedangkan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) sendiri di definsikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan mudah dan tidak memerlukan banyak usaha (Davis, 1989).

Dua varibel di atas menjadi konstruk penting yang membentuk *attitude towards using* (sikap terhadap penggunaan), dalam penelitian Davis (1985) dijelaskan bahwa *attitude towards using* adalah sikap terhadap penggunaan sistem dalam bentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak ketika seseorang menggunakan suatu teknologi (Davis, 1985). Dari penejelasan Davis (1985) dua variabel tadi adalah konstruk awal pembentuk sikap terhadap penggunaan, jika semakin bermanfaat atau semakin mudah suatu *system* digunakan, maka sikap terhadap penggunaan nya akan positif, yang kemudian diharapkan akan mempengaruhi *intention to use* (niat untuk menggunakan). *Intention to use* berperan sebagai hasil akhir yang di capai dalam penelitian ini yang itu dijelaskan dalam penelitian Davis (1989) tentang *User Acceptance of Information Technology* bahwa *intention to use* itu adalah variabel akhir sebelum penggunaan aktual (Davis, 1989). TAM telah digunakan dalam berbagai penelitian untuk memahami adopsi teknologi baru, namun penelitian khusus tentang generasi Z dalam konteks layanan streaming film *online* masih terbatas.

Generasi Z dipilih sebagai fokus penelitian ini karena mereka merupakan *digital native* yang tumbuh di era digital dengan tingkat adopsi teknologi yang tinggi, termasuk dalam mengonsumsi layanan *streaming* film *online*. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh IDN Research Institute (2024), mayoritas Generasi Z lebih memilih menonton film melalui platform streaming dibandingkan di bioskop karena faktor kenyamanan, fleksibilitas, serta kecenderungan untuk menghindari spoiler dan mengikuti tren (*fear of missing*

out / FOMO).. Generasi Z juga mempertimbangkan aspek ekonomi, di mana layanan *streaming* dianggap lebih terjangkau dibandingkan menonton di bioskop, sehingga relevan untuk dianalisis menggunakan TAM *(Technology Acceptance Model)* yang berfokus pada kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness)* dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use)* dalam mempengaruhi niat untuk menggunakan (i*ntention to use)* melalui sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*). Studi yang khusus meneliti penerimaan layanan streaming oleh Gen Z masih terbatas, padahal memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan mereka dapat memberikan wawasan bagi penyedia layanan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri yang semakin ketat. Penelitian ini juga memiliki signifikansi akademis dan praktis dalam menganalisis faktor-faktor yang dapat mengoptimalkan penggunaan layanan streaming film *online* oleh generasi Z.

Penelitian ini memiliki manfaat akademis dan praktis yang tinggi. Dari sudut pandang akademis, penelitian ini akan memperluas literatur tentang TAM dengan memberikan wawasan baru mengenai penerimaan teknologi di kalangan Generasi Z dalam konteks layanan streaming film *online.* Dari sudut pandang praktis, hasil penelitian ini dapat membantu pengembang platform streaming film untuk lebih memahami faktor-faktor yang mendorong niat generasi Z dalam menggunakan platform mereka, sehingga dapat mengoptimalkan fitur dan

pengalaman pengguna yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen muda ini.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap niat untuk menggunakan melalui sikap terhadap penggunaan pada konsumen generasi Z dalam konteks layanan platform streaming film *online* Netflix. Menurut laporan yang di tulis oleh Shafina, (2023). Presiden Direktur Clarity Research Indonesia, menympaikan temuan nya dalam acara "*Indonesia in View*" oleh Asia *Video Industry Association* (AVIA) di Jakarta, dunia *streaming* di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, jumlah pelanggan layanan *Subscription Video on Demand* (SVoD) meningkat signifikan, dari hanya 200 ribu pada tahun 2016 menjadi 7,6 juta pelanggan pada tahun 2020, dan bertambah lagi menjadi 11,5 juta pelanggan pada tahun 2021. Pertumbuhan ini didorong oleh masuknya berbagai perusahaan global seperti Netflix, Viu, Disney+ Hotstar, HBO Go, dan lainnya ke pasar Indonesia sejak 2016.



Sumber:Shafina (2023)

Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan Layanan *Streaming* 2021

Perkembangan ini menandakan besarnya minat masyarakat, terutama generasi Z, terhadap layanan streaming, sehingga penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan platform streaming, seperti yang diusulkan dalam penelitian ini, menjadi semakin relevan dan mendesak, dengan memahami dinamika ini, penelitian diharapkan dapat memberikan panduan bagi penyedia layanan dalam meningkatkan adopsi teknologi di kalangan generasi Z.

Untuk membantu pengumpulan data di penelitian ini, peneliti menggunakan platform streaming film *online* NETFLIX (California). Platform itu peneliti pilih, berdasarkan perangkingan yang dilakukan oleh Hasil survei digital dari Telkomsel, tSurvey.id. Dalam Survei tersebut Netflix menjadi salah satu platform terlaris di Indonesia (Mutiara, 2023).

Melihat peluang terhadap sector *streaming* film *online* yang sebesar itu, jika tidak dimanfaatkan dengan baik oleh penyedia layanan streaming film *online* berisiko kehilangan segmen konsumen yang sangat potensial, yaitu generasi Z. Kurangnya pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi niat generasi Z untuk menggunakan layanan ini dapat menyebabkan rendahnya loyalitas konsumen, serta penurunan penggunaan platform dalam jangka panjang. Hal ini dapat mengakibatkan kerugian kompetitif yang signifikan bagi penyedia layanan di pasar yang semakin kompetitif.

Melihat fenomena tersebut, penting untuk menganalisis bagaimana kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat dioptimalkan untuk meningkatkan niat untuk menggunakan layanan *streaming film online* oleh generasi Z. Penelitian ini akan mengeksplorasi hubungan tersebut menggunakan model TAM, dengan harapan dapat memberikan kontribusi penting baik secara akademis maupun praktis dalam pengembangan layanan berbasis teknologi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap variabel *intention to use*?

2. Apakah variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap variabel intention to use?
3. Apakah variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap variabel attitude toward using?
4. Apakah variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap variabel attitude toward using?
5. Apakah variabel *attitude toward using* berpengaruh positif terhadap variabel intention to use?
6. Apakah variabel *attitude towards* using memediasi *perceived usefulness* dalam mempengaruhi *intention to use*?
7. Apakah variabel *attitude towards* using memediasi *perceived ease of use* dalam mempengaruhi *intention to use*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian tersebut bertujuan untuk

1. Untuk menguji adanya hubungan positif pada variabel *perceived usefulness* terhadap *intention to use.*
2. Untuk menguji adanya hubungan positif pada variabel *perceived ease of use t*erhadap *intention to use.*
3. Untuk menguji adanya hubungan positif pada variabel *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using.*

4. Untuk menguji adanya hubungan positif pada variabel *perceived ease of use t*erhadap variabel *attitude toward using.*
5. Untuk menguji adanya hubungan positif pada variabel *attitude toward using t*erhadap variabel *intention to use*
6. Untuk menguji variabel *attitude towards using* sebagai variabel mediasi agar variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap variabel *intention to use.*
7. Untuk menguji variabel *attitude towards using* sebagai variabel mediasi agar variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap variabel *intention to use.*

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1. **Teoritis**
   a. Studi tersebut mampu menyumbangkan kontribusi melalui penggunaan model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model)* yang mempengaruhi niat untuk menggunakan (*intention to use)* terhadap konsumen layanan streaming film *online* di dunia digital saat ini.
   b. Penelitian tersebut mengidentifikasi dampak kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use)* dan kegunaan yang dirasakan

(*perceived usefulness)* sebagai gap penelitian dan memverifikasi dampak sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using)* dalam memaksimalkan niat untuk menggunakan (*intention to use).*

c. Penelitian tersebut berupaya untuk menyumbangkan wawasan akademik tentang keterkaitan antara kegunaan yang dirasakan kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived usefulness)*, kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use)* dan niat untuk menggunakan (*intention to use)*.

d. Penelitian tersebut menyajikan wawasan terkait sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using)* sebagai variabel yang memediasi variabel manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness)* dan kemudahan yang dirasakan (*perceived ease of use)* terhadap variabel niat untuk menggunakan (*intention to use)*.

2. Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian tersebut ditujukan untuk mendukung mahasiswa dalam memperluas pemahaman dan referensi untuk penelitian selanjutnya serta menyediakan bukti empiris dan teoritis tentang dampak kemudahan penggunaan (*perceived ease of use)* dan kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness)* terhadap niat menggunakan (*intention to use)* pada konsumen layanan *streaming* film *online.*

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian skripsi tersebut diharapkan berguna serta mampu menyajikan pemahaman tentang kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness)* dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use)* terhadap niat penggunaan (*intention to use)* pada konsumen layanan *streaming* film *online.*

c. Bagi Perusahaan

Hasil studi skripsi tersebut diharapkan mampu mendukung perusahaan saat akan merumuskan konsep *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* pada konsumen *streaming film online*. Penelitian tersebut dapat berguna mendukung perusahaan dalam memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *intention to use* pada konsumen layanan *streaming film online.* Penelitian tersebut kemudian dapat mendukung perusahaan dalam menyumbangkan kontribusi strategi dan taktik pemasaran.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

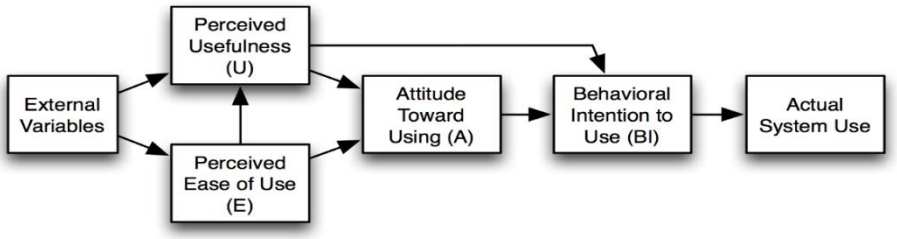
2.1 Landasan Teori

2.1.1 Model Penerimaan Teknologi

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) adalah sebuah model yang dikembangkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan individu terhadap teknologi baru, menurut Davis (1989) bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan menentukan niat individu untuk menggunakan sistem, yang selanjutnya menentukan penggunaan sistem yang sebenarnya. Dalam penelitiannya kedua variabel itu mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan sistem. Model ini menyederhanakan proses adopsi teknologi dan digunakan secara luas dalam berbagai studi terkait sistem informasi, aplikasi perangkat lunak, dan inovasi digital (Davis, 1989).

Sedangkan menurut Mathieson (2001), model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model)* adalah model yang membantu memahami perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi baru dengan mengevaluasi seberapa bermanfaat dan mudah teknologi tersebut menurut persepsi pengguna (Mathieson *et al*, 2001). Dari perspektif Mathieson, TAM memberikan pemahaman tentang bagaimana pengguna menilai teknologi

sebelum memutuskan untuk menggunakannya. Jika pengguna percaya bahwa suatu teknologi bermanfaat dan tidak rumit, maka mereka akan memiliki sikap positif dan niat yang lebih besar untuk menggunakannya. Oleh karena itu, dalam pengembangan teknologi atau aplikasi baru, penting untuk memastikan bahwa teknologi tersebut mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata bagi pengguna.



Sumber : (Davis,1989)

Gambar 2. 1 Bagan *Technology Aceptance Model*

TAM terdiri dari empat konstruk, termasuk kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, sikap dan niat untuk menggunakan. Kegunaan yang dirasakan menjelaskan keyakinan seseorang bahwa mengadopsi teknologi baru pada akhirnya akan meningkatkan produktivitas kerja dan memberikan hasil yang lebih baik. Kemudahan penggunaan yang dirasakan menentukan penggunaan teknologi yang mudah oleh pengguna dan selanjutnya didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha (Davis, 1989).

2.2 Definisi Variabel

2.2.1 Kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness)*

Kegunaan yang dirasakan *(perceived usefulness)* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya dalam konteks tertentu (Davis, 1989). Kegunaan yang dirasakan *(perceived usefulness)* secara sederhana adalah keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem atau teknologi tertentu, ia akan mampu meningkatkan kinerja tugas atau pekerjaannya. Jadi, ini bukan hanya tentang seberapa mudah menggunakan suatu sistem, tetapi juga tentang seberapa bermanfaat sistem tersebut dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Kegunaan yang dirasakan *(perceived usefulness)* merupakan konsep kunci dalam memahami bagaimana orang berinteraksi dengan teknologi. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *perceived usefulness*, kita dapat merancang dan mengembangkan sistem yang lebih efektif dan diterima oleh pengguna.

Kegunaan yang dirasakan *(perceived usefulness)* juga merupakan salah satu konstruk penting dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) dan kemudian diperluas oleh Gefen *et al.,* (2003). Kegunaan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka, (Davis, 1989) itu menjelaskan kegunaan yang

dirasakan, sebagai keyakinan bahwa teknologi akan meningkatkan kinerja, sedangkan Gefen *et al* (2003) memperluas konsep ini dengan menambahkan faktor kepercayaan dan pengalaman pengguna dalam ekosistem digital (Gefen *et al.*, 2012). *Perceived usefulness* memainkan peran penting dalam adopsi teknologi, karena semakin tinggi persepsi manfaat dari suatu teknologi, semakin besar kemungkinan pengguna untuk menerima dan menggunakannya. Dimana ini juga sama dengan penjelasan yang dikemukakan oleh Venkatesh (2008), kegunaan yang dirasakan *(perceived usefulness)* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya dengan menambahkan berbagai variabel di dalam nya. (Venkatesh, 2008).

2.2.2 Kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*)

Kemudahan penggunaan yang dirasakan *(perceived ease of use)* adalah salah satu konstruk penting dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use)* mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan mudah dan tidak memerlukan banyak usaha (Davis, 1989). Konsep ini mencakup berbagai aspek, seperti kemudahan penggunaan antarmuka yang intuitif dan mudah dipahami**,** aksesibilitas fitur yang sederhana, serta prosedur penggunaan yang jelas dan ringkas. Perlu diingat bahwa persepsi mengenai kemudahan

penggunaan ini bersifat subjektif dan dapat berbeda-beda antar individu, tergantung pada pengalaman, pengetahuan, dan preferensi masing-masing.

Dalam penelitian Venkatesh & Davis (1996) yang berjudul "*A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test*", mereka menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat ditingkatkan melalui pelatihan, pengalaman sistem langsung, dan peningkatan kenyamanan psikologis terhadap teknologi. kemudahan penggunaan yang dirasakan juga dibentuk oleh beberapa faktor psikologis dan pengalaman individu dengan system antara lain, kepercayaan diri dalam menggunakan, komputer kontrol eksternal yang dirasakan, kecemasan terhadap komputer, kegembiraan, kenikmatan yang dirasakan, kegunaan Objektif (Venkatesh & Davis, 1996).

2.2.3 Sikap terhadap penggunaan *(attitude towards using)*

Sikap terhadap penggunaan didefinisikan sebagai evaluasi positif atau negatif individu terhadap perilaku tertentu, dalam hal ini, penggunaan teknologi. Menurut Davis (1985), sikap terhadap penggunaan *(attitude toward using)* dikonseptualisasikan dalam TAM sebagai sikap terhadap penggunaan sistem dalam bentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak ketika seseorang menggunakan suatu teknologi di tempat kerja (Davis, 1985). Sikap ini terbentuk dari keyakinan individu tentang konsekuensi atau hasil yang akan diperoleh dari penggunaan teknologi tersebut. Jika individu percaya

bahwa menggunakan teknologi akan membawa manfaat atau hasil yang positif, maka sikapnya terhadap penggunaan teknologi cenderung positif. Sebaliknya, jika individu percaya bahwa penggunaan teknologi akan menimbulkan kerugian atau hasil yang negatif, maka sikapnya akan cenderung negative (Davis, 1985).

Bagozi (2007) juga menekankan bahwa sikap terhadap penggunaan teknologi, merupakan komponen penting yang menjembatani antara keyakinan dan niat pengguna. Bagozi berpendapat bahwa sikap ini mencerminkan evaluasi individu terhadap perilaku penggunaan teknologi (Bagozzi, 2007). Penelitian Bagozi (2007) juga sejalan dengan penelitian Teo (2009) dimana sikap terhadap penggunaan teknologi sebagai mediator untuk persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan (Teo, 2009).

2.2.4 Niat penggunaan (*intention to use)*

Dalam penelitian Venkatesh (2012) tentang "*User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*" mendefinisikan niat penggunaan **(***intention to use)* adalah sebagai niat perilaku untuk menggunakan teknologi, yang dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi secara langsung dikaitkan dengan niat perilaku, yang didefinisikan sebagai tingkat di mana seseorang telah merumuskan rencana sadar untuk melakukan atau tidak melakukan beberapa perilaku tertentu di masa mendatang. Niat

penggunaan **(***Intention to use)* memainkan peran penting dalam memprediksi penggunaan sistem. Niat perilaku mempengaruhi durasi penggunaan, frekuensi penggunaan, dan intensitas penggunaan, dengan setiap konseptualisasi penggunaan memiliki hubungan yang berbeda dengan niat perilaku dan ekspektasi perilaku (Venkatesh *et al*, 2012).

Secara khusus, Niat penggunaan **(***intention to use)* ditemukan menjadi prediktor yang lebih kuat untuk durasi penggunaan, sementara ekspektasi perilaku merupakan prediktor yang lebih baik untuk frekuensi dan intensitas (Venkatesh, 2008). Jika seseorang merasa bahwa suatu teknologi akan memberikan manfaat yang besar dan mudah digunakan, maka intensi untuk menggunakan teknologi tersebut akan semakin tinggi. Selain itu, sikap individu terhadap teknologi juga berperan penting. Sikap positif terhadap teknologi akan mendorong seseorang untuk memiliki intensi penggunaan yang lebih tinggi.

Menurut studi yang dilakukan Liu *et al* (2010) tentang perluasan penggunaan TAM, di situ Liu et al., mendefinisikan, niat penggunaan sebagai kemauan pengguna untuk terlibat dengan teknologi berdasarkan persepsi mereka. Secara khusus, niat untuk menggunakan sistem dipengaruhi secara signifikan oleh kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Studi ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan sistem secara langsung mempengaruhi

niat mereka untuk menggunakan sistem, dengan prediktor terkuat adalah kegunaan yang dirasakan (Liu *et al*., 2010).

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Kegunaan yang dirasakan *(perceived usefulness)* terhadap niat penggunaan *(intention to use)*

Penelitian yang dilakukan oleh Dörr *et al* (2010), kegunaan yang dirasakan *(perceived usefulness)* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap (*intention to use*). Penelitian tersebut difokuskan pada *Music as a Service (*MaaS) dan menyimpulkan bahwa ketika pengguna menganggap layanan tersebut bermanfaat, mereka cenderung berniat untuk menggunakannya. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *perceived usefulness* merupakan faktor penting yang mendorong niat pengguna untuk menggunakan layanan tersebut (Dörr *et al.*, 2010).

Penelitian dari Jonas et al, (2023) hasil penelitian pada jurnal *Design of a TAM Framework with Emotional Variables in the Acceptance of Health-based IoT in Indonesia*, ditemukan bahwa *perceived usefulness* memiliki peran penting dalam membentuk *intention to use* teknologi kesehatan berbasis IoT seperti *Safe Entry Station* (SES). Serupa dengan penelitian Le et al (2024) tentang *Integrating TAM and UGT to Explore Students' Motivation for Using ChatGPT for Learning in Vietnam*, ditemukan bahwa *perceived*

usefulness (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use (ITU)* (Le et al., 2024).

Chen & Tsai (2017) juga menyebutkan tentang adopsi aplikasi seluler berbasis lokasi, juga menunjukkan, bahwa kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan (*intention to use*) (C. Chen & Tsai, 2017). Penelitian dari Portz et al (2019) juga menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan (*intention to use),* bahwa semakin tinggi persepsi kegunaan suatu aplikasi, maka semakin besar niat individu untuk menggunakannya (Portz et al., 2019).

H1: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use*

2.3.2 Kemudahan penggunaan yang dirasakan *(perceived ease of use) terhadap* niat untuk menggunakan *(intention to use)*

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2019) pada penggunaan *e-Learning* pada mahasiswa di Universitas Airlangga Surabaya. Menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) secara langsung mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi (*Intention to Use)* (Rahmawati, 2019). Almahamid *et al* (2010), dalam penelitian nya tentang penggunaan *e-government* pada warga Yordania, Penelitian yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use)* memainkan peran penting dalam

meningkatkan niat untuk menggunakan (*intention to use)*. Semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin besar pula niat pengguna untuk menggunakannya (Almahamid *et al*, 2010). Penelitian terbaru oleh Abdalla (2024) tentang adopsi *ChatGPT* di kalangan mahasiswa universitas di Palestina menguatkan peran *perceived ease of use* terhadap *intention to use*, penelitiannya menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use ChatGPT* (Abdalla, 2024). Penelitian terbaru tentang adopsi *hidden emergency exits* di Ghana menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* (Adjei et al., 2025). Namun pada penelitian Shen et al (2025) menemukan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* pada analisis keseluruhan.

H2: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to use*

2.3.3 Kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) terhadap Sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*)

Dalam penelitian Camilleri & Camilleri (2019) yang berjudul "*The students' readiness to engage with mobile learning apps*", kegunaan yang dirasakan *(perceived usefulness)* memainkan peran penting dalam mempengaruhi sikap terhadap penggunaan *(attitude toward usin*g) aplikasi seluler pendidikan. Kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness)* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan

(*attitude toward using)* siswa untuk terlibat dengan teknologi pendidikan. Secara khusus, penelitian menunjukkan bahwa ketika siswa menganggap permainan pembelajaran seluler bermanfaat untuk pembelajaran mereka, mereka cenderung menunjukkan sikap positif terhadap penggunaan aplikasi ini. Hal itu menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness)* secara langsung mempengaruhi niat keterlibatan siswa. (Camilleri & Camilleri, 2019).

Guritno & Siringoringo (2013), dalam penelitian nya berjudul "*Perceived Usefulness, Ease of Use, and Attitude Towards Online Shopping Usefulness Towards Online Airlines Ticket Purchase,"* di situ *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan (*attitude towards using)* pembelian tiket pesawat *online*, itu dapat dilihat, dimana kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness)* memiliki pengaruh besar dan positif terhadap sikap terhadap penggunaan *(attitude towards using)*. Regita *et al* (2020), juga menjelaskan bahwa, *perceived usefulness* secara signifikan mempengaruhi sikap terhadap penggunaan *(attitude towards using)*. ketika pengguna menganggap suatu teknologi, seperti layanan aplikasi pembayaran seluler, bermanfaat, mereka cenderung mengembangkan sikap positif terhadap penggunaannya (Regita *et al*., 2020). Penelitian terbaru oleh Saif et al. (2024) tentang adopsi ChatGPT di kalangan mahasiswa manajemen di Pakistan menemukan bahwa perceived

usefulness berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap penggunaan ChatGPT untuk menyelesaikan tugas akademik. Meskipun hubungan ini tidak signifikan secara statistik pada model yang diuji, secara konseptual penelitian ini menegaskan bahwa ketika mahasiswa menilai ChatGPT bermanfaat dalam meningkatkan kinerja dan penyelesaian tugas, mereka cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap penggunaannya (Saif et al., 2024). Penelitian oleh Sharma et al. (2024) tentang layanan pembayaran FinTech menguatkan peran perceived usefulness terhadap attitude toward using; penelitiannya menemukan bahwa perceived usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan layanan pembayaran FinTech (Sharma et al., 2024).

H3: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using*

2.3.4 Kemudahan penggunaan yang dirasakan *(perceived ease of use)* terhadap Sikap terhadap penggunaan *(attitude toward using)*

Dalam penelitian yang dilakukan oleh *Weng et al* (2018) yang membahas tentang materi ajar multimedia, kemudahan penggunaan yang dirasakan *(perceived ease of use)* secara signifikan mempengaruhi sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*). Penelitian menunjukkan bahwa ketika pengguna menganggap suatu sistem atau teknologi mudah digunakan, hal itu berdampak pada sikap positif, mereka terhadap penggunaan sistem atau

teknologi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan materi multimedia akan meningkatkan niat untuk menggunakan. sikap terhadap penggunaan juga mempengaruhi niat untuk menggunakan (Weng *et al*., 2018). Ini karena pengguna cenderung lebih menerima teknologi yang tidak membutuhkan banyak usaha untuk dipelajari dan digunakan (Davis, 1989). Temuan Teo (2009) juga menjelaskan kemudahan penggunaan *(perceived ease of use)* secara signifikan mempengaruhi sikap terhadap penggunaan (*attitude towards using)*. Dari penelitiannya, Teo menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use* memiliki efek positif pada sikap terhadap penggunaan (*attitude towards using,* yang pada gilirannya mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi. (Teo, 2009). Dimana, itu juga sejalan dengan penelitian Helmi *et al* (2024), variabel kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan (*attitude towards using)*.Dalam penelitiannya tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) apakah tertarik untuk menerapkan pembiayaan *Peer-to-Peer* (P2P) di sektor teknologi keuangan, menunjukkan bahwa semakin mudah sistem digunakan, maka semakin positif sikap pengguna terhadap penggunaan sistem tersebut (Helmi *et al.*, 2024). Penlitian dari Ikhsan et al (2025) tentang penggunaan kecerdasan buatan di sektor perbankan Indonesia dengan memperluas model TAM dan efek moderasi kepercayaan yang dirasakan *perceived ease of use* berpengatuh positif terhadap *attitude towards using.* Penelitian itu sejalan

dengan Viet Tam et al (2024) yang meneliti prihal gamifikasi bagi pengguna layanan perbankan digital di Vietnam, menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengatuh positif juga terhadap *attitude towards using.*

H4: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using*

2.3.5 Sikap terhadap penggunaan *(attitude toward using)* terhadap Niat untuk menggunakan *(intention to use)*

Dalam penelitian Al Hadid *et al* (2022) tentang aplikasi SANAD, sikap terhadap penggunaan ***(****attitude toward using)* secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan ***(****intention to use)*. Penelitiannya menunjukkan bahwa sikap positif terhadap penggunaan teknologi merupakan prediktor kuat terhadap niat untuk menggunakan teknologi tersebut, yang selanjutnya mempengaruhi niat mereka untuk merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain (Al Hadid *et al*., 2022). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dörr (2010), sikap terhadap penggunaan *(attitude toward using)* memainkan peran penting dalam mempengaruhi niat untuk menggunakan (*intention to use).* Penelitian nya menyimpulkan bahwa *attitude toward using* terhadap penggunaan MaaS (Musik sebagai Layanan) berdampak positif terhadap *intention to use* (Dörr et al., 2010). Penelitian itu sejalan dengan Park *et al* (2009), Park menemukan bahwa "sikap terhadap penggunaan ditemukan menjadi prediktor kuat untuk menggunakan sistem *e-*

learning di lingkungan universitas" (Park et al., 2009). Penelitian serupa dilakukan oleh Ahmed et al (2011) juga menunjukkan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan dalam konteks penggunaan media sosial di institusi pendidikan tinggi (Ahmed *et al*, 2011). Penelitian dari Chen et al (2024) tentang studi berbasis TAM tentang E-*commerce streaming* langsung petani intensi adopsi, menemukan bahwa sikap terhadap penggunaan itu berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan. Hasil serupa di peroleh pada penelitian Harris et al (2025) mengenai digitalisasi dalam rantai pasok pertanian berkelanjutan, *aititude towards using* berpengaruh positif terhadap *intention to use*.

H5 : *Attitude towards using berpengaruh positif terhadap intention to use*

2.3.6 Kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) terhdap niat untuk menggunakan (*intention to use*) dimediasi oleh sikap penggunaan (*attitude towards using)*

Penelitian oleh Sinurat & Sugiyanto (2023) meneliti penggunaan dompet digital di Jakarta dan menunjukkan bahwa PU dan PEOU berpengaruh signifikan terhadap ATU, yang selanjutnya memiliki pengaruh signifikan terhadap intention to use. Namun, pengaruh langsung PU dan PEOU terhadap intention to use cenderung lemah atau tidak signifikan, sehingga memperkuat posisi ATU sebagai mediator. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pengguna merasa aplikasi berguna dan mudah digunakan, mereka tidak serta-

merta berniat menggunakannya tanpa terlebih dahulu memiliki sikap positif terhadap penggunaan teknologi tersebut (Sinurat & Sugiyanto 2023). Penelitian lain oleh AlBanani & Hapsari (2022) juga menemukan bahwa attitude toward using memediasi pengaruh perceived usefulness terhadap purchase intention dalam konteks e-commerce. Hasil tersebut menguatkan bahwa PU tidak selalu memiliki pengaruh langsung terhadap intention, melainkan melalui perubahan sikap terlebih dahulu. Dalam hal ini, sikap yang terbentuk dari persepsi kemudahan dan kebermanfaatan menjadi faktor penting dalam mendorong intensi penggunaan (AlBanani & Hapsari 2022). Penelitian oleh Wong et al (2024) di Malaysia tentang penerimaan teknologi energi terbarukan menggunakan TAM dan TPB menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *attitude towards using*. Hasil ini mengindikasikan bahwa sikap positif yang terbentuk dari persepsi kegunaan menjadi jalur penting dalam menghubungkan PU dan ITU (Wong et al., 2024). Penelitian terbaru oleh Dahri et al (2024) mengenai penerimaan ChatGPT berbasis Extended TAM di bidang pendidikan menunjukkan bahwa perceived usefulness memengaruhi *intention to use* secara langsung dan tidak langsung melalui attitude towards using. Temuan ini menegaskan peran sikap positif sebagai mediator dalam hubungan antara persepsi kegunaan dan niat penggunaan ChatGPT untuk mendukung pembelajaran metakognitif yang diatur sendiri (Dahri et al., 2024).

H6 : *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use* jika dimediasi oleh *attitude towards using*

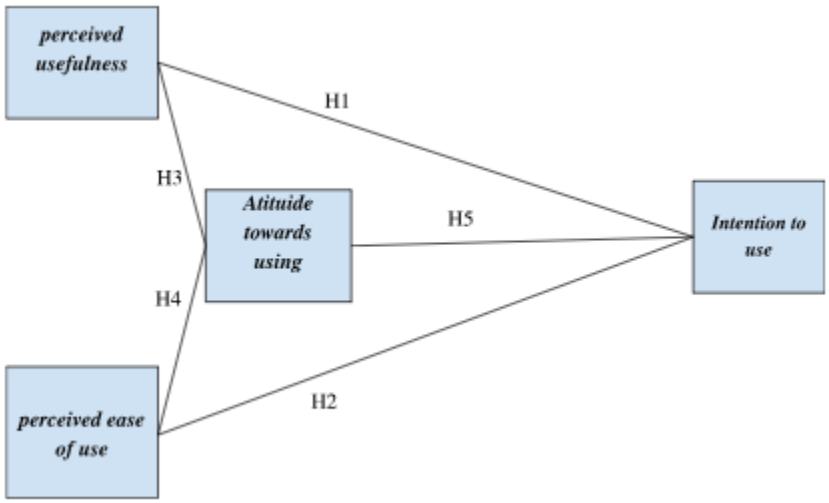
2.3.7 Kemudahan penggundaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) terhdap niat untuk menggunakan (*intention to use*) dimediasi oleh sikap penggunaan (*attitude towards using)*

Studi oleh Khoo (2022) dalam konteks adopsi teknologi multimedia menunjukkan bahwa PEOU dan PU memengaruhi ATU secara signifikan**,** dan ATU memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap intention to use dibandingkan PU secara langsung**.** Ini mempertegas bahwa dalam proses adopsi teknologi**,** sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi (ATU) merupakan jembatan penting dalam membentuk keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut **(**Khoo, 2022). Studi internasional oleh Shih & Lin (2015) juga menyimpulkan bahwa PEOU dan PU berdampak pada ATU, yang kemudian memengaruhi niat penggunaan mobile banking atau layanan online. Penelitian oleh Qiu (2024) terkait penggunaan platform video pendek untuk pariwisata mengungkap bahwa *perceived ease of use* memengaruhi intention to use secara tidak langsung melalui a*ttitude towards using*. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan membentuk sikap positif terhadap platform, yang selanjutnya mendorong intensi penggunaannya dalam konteks perjalanan wisata (Qiu et al., 2024). Penelitian terbaru dari Penelitian oleh Wong et al. (2024) mengenai adopsi

teknologi energi terbarukan di Malaysia mengindikasikan bahwa perceived ease of use berpengaruh positif terhadap intention to use melalui attitude towards using. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan membentuk sikap positif, yang selanjutnya mendorong intensi penggunaan teknologi tersebut (Wong et al., 2024)

H7 : *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to use* jika dimediasi oleh *attitude towards using*

2.4 Kerangka Penelitian



Referensi diambil dari (Camilleri, 2021)

Gambar 2.2 Kerangka Penelitian

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Sidik (2021), menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai pendekatan yang bertujuan untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori, atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan pernyataan masalah dengan jelas, sehingga memperlihatkan kebutuhan akan penjelasan hubungan antara variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian tersebut (Sidik, 2021). Hal ini penting untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti. Menurut Creswell (2018), metode penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai pendekatan untuk menguji teori-teori objektif dengan mengamati hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini kemudian dapat diukur, biasanya dengan menggunakan instrumen, sehingga data yang dihasilkan dapat dianalisis dengan prosedur statistik (Creswell, 2018).

Penelitian ini sangat bergantung pada pengukuran yang akurat dan analisis data numerik menggunakan metode statistik yang sesuai. Fokus utamanya adalah pada hubungan antar variabel yang dapat diukur, yang diungkapkan dalam angka, dan dianalisis untuk menghasilkan temuan yang dapat diterima secara ilmiah. Penelitian

kuantitatif bersifat sistematis, terstruktur, dan berorientasi pada hasil yang dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas (Sidik, 2021).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Indonesia, Lokasi penelitian mencakup berbagai wilayah di Indonesia, terutama daerah dengan tingkat penetrasi internet yang tinggi dan jumlah pengguna layanan *streaming* yang signifikan. Menurut Ketua Umum Ketua Umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), mengungkapkan bahwa generasi Z (kelahiran 1997-2012) mendominasi penetrasi internet di Indonesia, mencapai 87,02 persen menurut Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024, kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Yogyakarta menjadi perhatian utama, mengingat populasi generasi Z yang besar dan kecenderungan mereka dalam mengadopsi teknologi digital (Azizi, 2024). Data dalam penelitian ini akan dikumpulkan secara daring melalui platform *survey online*, memungkinkan partisipasi responden dari berbagai daerah di Indonesia tanpa terbatas oleh lokasi geografis tertentu. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan representasi yang lebih luas mengenai kebiasaan, preferensi, serta faktor-faktor yang mempengaruhi niat generasi Z dalam menggunakan layanan *streaming* film *online.*

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan kumpulan dari objek-objek yang memiliki karakteristik atau sifat-sifat yang direncanakan oleh peneliti untuk dikaji dan diteliti sesuai dengan fenomena yang ada, kemudian ditarik pada suatu kesimpulan. Sedangkan, pada penelitian kualitatif populasi sampel ini menggunakan istilah situasi sosial yang berasal dari suatu kejadian/kasus yang hasilnya tidak dapat dimasukkan ke dalam populasi yang sama melainkan masuk pada situasi sosial yang memiliki kesamaan / kemiripan dengan kasus yang sedang diteliti (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, populasi merujuk pada keseluruhan kelompok individu yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Mengacu pada pendapat Sugiyono, dalam penelitian kuantitatif, populasi didefinisikan sebagai sekumpulan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti dan menjadi fokus kajian dalam rangka memahami suatu fenomena secara lebih luas. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh gen Z di Indonesia yang tinggal di kota kota besar dengan tingkat penetrasi internet tinggi yang pernah atau aktif menggunakan Netflix. Generasi Z atau yang dikenal juga sebagai *internet generation* atau (*IGeneration)* adalah generasi yang lahir setelah tahun 1995 hingga 2010. Mereka merupakan generasi termuda yang mulai memasuki dunia kerja dan

dikenal sebagai generasi yang kreatif, memiliki interaksi sosial lebih banyak secara *online*, serta sejak dini telah diperkenalkan dengan teknologi dan sangat mahir dalam menggunakan *smartphone* (Sari, 2020). Dengan demikian, dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti mencakup Generasi Z di Indonesia yang secara aktif menggunakan layanan *streaming* film *online.*

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sekelompok individu yang dipilih dari populasi untuk tujuan penelitian agar dapat menggambarkan karakteristik populasi secara keseluruhan. Pemilihan sampel dilakukan agar peneliti dapat menggeneralisasikan hasil penelitian tanpa harus meneliti seluruh populasi (Creswell, 2018). Sampel dalam penelitian ini merujuk pada bagian dari populasi yang dipilih, untuk kemudian dianalisis lebih lanjut dengan tujuan mewakili populasi secara keseluruhan. Dalam konteks penelitian ini, kriteria utama sampelnya adalah warga Indonesia dari generasi Z atau yang dikenal juga sebagai *internet generation* atau (*IGeneration),* generasi yang lahir setelah tahun 1995 hingga 2010. Generasi Z merupakan generasi termuda yang mulai memasuki dunia kerja dan dikenal sebagai generasi yang kreatif, memiliki interaksi sosial lebih banyak secara *online*, serta sejak dini telah diperkenalkan dengan teknologi dan sangat mahir dalam menggunakan smartphone (Sari, 2020). Dengan demikian, dalam penelitian ini, sampel yang

akan diteliti mencakup Generasi Z di Indonesia yang tinggal di Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Yogyakarta, serta aktif menggunakan platform *streaming* film *online* Netflix serta memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan tersebut (Hardani *et al*., 2020). Alasan dipilihnya keempat kota tersebut, adalah berdasarkan riset yang digelar IDN Research Institute pada 29 Mei hingga 19 Juli 2023 terhadap pengguna *streaming* film *online* dari Generasi Z di Indonesia keempat kota itulah yang memiliki pengguna aktif paling banyak.

Pemilihan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Metode *purposive sampling* dipilih agar sampel yang diambil memiliki relevansi langsung dengan topik yang diteliti, yakni bagaimana kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness)*, kemudahan penggunaan yang dirasakan *(perceived ease of use)*, dan sikap terhadap penggunaan *(attitude towards using)* mempengaruhi niat penggunaan (*intention to use)* dalam konteks penggunaan layanan streaming film online. Pemilihan sampel menggunakan kriteria tertentu akan membantu menghasilkan data yang valid, representatif, dan terfokus pada penelitian. Dalam teknik *purposive sampling*, peneliti menetapkan persyaratan tertentu agar sampel lebih terfokus dan efisien dalam menganalisis keterlibatan konsumen Generasi Z dengan layanan *platform streaming* film *online*

(Hardani *et al*., 2020). Beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh responden dalam penelitian ini adalah :

1. Responden merupakan bagian dari Generasi Z (lahir antara tahun 1997–2012).
2. Pernah dan masih aktif menggunakan layanan platform streaming film online Netflix minimal selama 1 bulan terakhir.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan penelitian dari Hair et al (2020) tentang bagaimana menilai kualitas model pengukuran, menjelaskan bahwa ukuran sampel minimum yang direkomendasikan adalah 100, atau dengan menggunakan perbandingan 5-10 kali jumlah observasi untuk setiap parameter atau indikator yang diestimasi. Dalam penelitian ini, ukuran sampel dihitung dengan cara mengalikan total indikator penelitian dengan 5 (sampel minimal) atau 10 (sampel maksimal). (Hair et al., 2020) Dengan demikian, jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Sampel minimal: 5 x (total indikator pernyataan + jumlah variabel)
b. Sampel maksimal: 10 x (total indikator pernyataan + jumlah variabel)

Dengan rincian sebagai berikut:

a. Sampel minimal: 5 x (15 + 4) = 95 responden
b. Sampel maksimal: 10 x (15 + 4) = 190 responden

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.4.1 Kegunaan yang di rasakan (*perceived usefulness)*

Perceived usefulness adalah "tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya." (Davis, 1989) Dalam penelitian yang dilakukan Suh & Han (2002) kegunaan yang dirasakan ini, berakar dari arti kata "berguna," yaitu "dapat digunakan dengan keuntungan." oleh karena itu, sistem yang dianggap berguna adalah sistem yang diyakini dapat memberikan hubungan positif antara penggunaan sistem tersebut dengan peningkatan kinerja. Dengan demikian, *perceived usefulness* berfokus pada persepsi pengguna bahwa teknologi atau sistem akan membantu mereka dalam mencapai tujuan pekerjaan mereka secara lebih efektif (Suh & Han, 2002).

Tabel 3.1 Pernyataan *Perceived Usefulness*

Kode	Item
PU1	Penggunaan platform streaming film online Netflix mendorong saya dalam mencari hiburan sekaligus informasi.
PU2	Platform streaming film online Netflix berperan penting dalam memenuhi kebutuhan hiburan saya.
PU3	Penggunaan platform streaming film online Netflix membuat kegiatan menonton film menjadi lebih mudah.

PU4	Saya merasa platform streaming film online Netflix berguna untuk memenuhi kebutuhan hiburan saya.

Sumber :(Suh & Han, 2002)

3.4.2 Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)

Kemudahan Penggunaan *(perceived ease of use)* didefinisikan sebagai tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan bebas dari usaha. Ini berarti bahwa semakin mudah seseorang merasa dalam menggunakan suatu sistem atau teknologi, semakin besar kemungkinan mereka untuk menerima dan menggunakan sistem tersebut dalam kegiatan mereka sehari-hari, kemudahan penggunaan *(perceived ease of use)* dapat diukur dengan cara menilai sejauh mana pengguna merasa bahwa penggunaan sistem tidak memerlukan keterampilan teknis yang tinggi atau upaya berlebihan. Oleh karena itu, *Perceived Ease of Use* berfokus pada persepsi individu terhadap kemudahan interaksi dengan teknologi yang digunakan, seperti antarmuka yang mudah dimengerti, navigasi yang sederhana, dan proses penggunaan yang efisien (Abdullah et al., 2016).

Menurut Davis (1989) kemudahan penggunaan (*perceived ease of use)*, adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan bebas dari usaha fisik maupun mental. Dalam penelitian Suh & Han (2002) dijelaskan bahwa konteks penerimaan teknologi, persepsi ini

mencerminkan keyakinan bahwa sistem tersebut mudah dipelajari, dipahami, dan dioperasikan, sehingga tidak memerlukan usaha yang besar untuk digunakan secara efektif (Suh & Han, 2002).

Tabel 3.2 Pernyataa *Perceived Ease Of Usee*

Kode	Item
POEU1	Saya mudah mempelajari menggunakan platform streaming film online Netflix.
PEOU2	Platform streaming film online Netflix memudahkan saya untuk menemukan dan menonton film yang saya inginkan.
POEU3	Saya mudah mengingat cara menggunakan fitur-fitur pada platform streaming film online Netflix.
POEU4	Saya merasa platform streaming film online Netflix mudah digunakan.

Sumber: Suh & Han (2002)

3.4.3 Sikap terhadap penggunaan (*attitude towards using*)

Sikap terhadap penggunaan (*attitude towards using)* Menurut Davis (1989) didefinisikan sebagai sikap atau penilaian individu terhadap penggunaan suatu sistem informasi, yang mencerminkan sejauh mana individu tersebut memiliki evaluasi positif atau negatif terhadap penggunaan sistem tersebut dalam aktivitasnya. Sikap ini terbentuk dari

keyakinan individu terhadap *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan), serta dalam konteks tertentu dapat pula dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan (trust) terhadap sistem tersebut (Davis, 1989). Suh & Han (2002) dalam penelitiannya, sikap terhadap suatu perilaku ditentukan oleh keyakinan terhadap konsekuensi dari perilaku tersebut dan bagaimana seseorang mengevaluasi konsekuensi itu (Suh & Han, 2002). sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) dipengaruhi oleh persepsi terhadap kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dari sistem tersebut (L. Chen et al., 2002).

Tabel 3. 3 Pernyataan *Atitude Towards Using*

Kode	Item
ATU1	Menggunakan platform streaming film online Netflix adalah ide yang baik.
ATU2	Keuntungan menggunakan platform streaming film online Netflix lebih besar daripada kerugiannya.
ATU3	Menggunakan platform streaming film online Netflix adalah kegiatan positif
ATU4	Menggunakan platform streaming film online Netflix lebih nyaman dibanding menonton langsung di bioskop

Sumber: Suh & Han (2002); Chen & Sherrell (2002)

3.4.4 Niat menggunakan (intention to use)

Menurut Anam et al., (2022) *intention to use* atau niat untuk menggunakan, merujuk pada keinginan atau kesiapan individu untuk menggunakan suatu teknologi, dalam konteks penggunaan aplikasi, niat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kegunaan yang dirasakan, sikap terhadap penggunaan, kontrol perilaku yang dirasakan, risiko yang dirasakan, serta pengaruh situasional (Anam *et al*., 2022).

Tabel 3. 4 Pertanyaan *Intention to Use*

Kode	Item
ITU1	Saya akan mempertimbangkan untuk terus menggunakan platform streaming film online Netflix di masa mendatang.
ITU2	Saya berniat untuk menggunakan Netflix sebagai platform utama dalam menonton film atau serial.
ITU3	Saya tertarik untuk terus menjelajahi konten yang ditawarkan Netflix.

Sumber: Anam et al., (2022)

3.5 Jenis dan Teknik Pengumpulan

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh langsung dari sumbernya. Peneliti mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Indonesia. Pengumpulan data dilakukan

menggunakan google form yang dibagikan melalui media sosial. Responden diberikan tautan berisi pertanyaan yang relevan dengan topik penelitian. Tanggapan dari responden sangat penting untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan skala Likert, yang memungkinkan pengukuran variabel melalui indikator-indikator tertentu. Indikator-indikator tersebut kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyusun item-item dalam instrumen yang berupa pertanyaan. Dalam kuesioner, skala Likert yang digunakan terdiri dari 6 pilihan skor, yang mencerminkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap setiap pernyataan.

Tabel 3. 5 Skala Likert

Skor 1	Sangat Tidak Setuju
Skor 2	Tidak Setuju
Skor 3	Agak Tidak Setuju
Skor 4	Agak Setuju
Skor 5	Setuju
Skor 6	Sangat Setuju

Sumber : Rensis Likert (1932)

Sebelum data dikumpulkan, kuesioner yang akan digunakan terlebih dahulu akan diuji untuk memastikan tingkat validitas dan reliabilitasnya.

3.6 Pilot Test

Kuesioner akan diuji terlebih dahulu dengan pilot test untuk menguji validitas dan reliabilitasnya sebanyak 30 responden. Pilot test adalah pengujian versi skala kecil dari sebuah studi atau uji coba yang dilakukan sebagai penyempurnaan kuesioner sebelum disebarkan kepada responden skala besar. Pengujian pilot test ini dianalisis menggunakan bantuan program SPSS.

3.6.1 Uji Validitas

Pengujian validitas merupakan langkah krusial untuk memastikan keabsahan sebuah kuesioner, yaitu untuk menilai apakah kuesioner tersebut benar-benar akurat dalam mengukur apa yang seharusnya diukur (Ghozali, 2018). Instrumen utama yang digunakan dalam pengujian ini adalah serangkaian pertanyaan dalam kuesioner yang dijawab oleh responden. Data dikatakan valid apabila konsisten dengan kondisi aktual atau situasi yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Untuk mengukur validitas setiap item pertanyaan dalam kuesioner, dapat digunakan rumus *Corrected Item Total Correlation*. Suatu item pertanyaan dianggap valid jika menunjukkan korelasi yang signifikan dengan skor total keseluruhan pertanyaan, dengan tingkat signifikansi yang umumnya ditetapkan pada 5% ($ \alpha = 0,05 $).

Sebagai contoh, jika ukuran sampel (n) adalah 30, maka nilai derajat kebebasan (DF) adalah n−2=30−2=28. Dengan tingkat signifikansi 0,1, nilai r-tabel yang diperoleh adalah 0,306.

Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai r-hitung (korelasi yang diperoleh dari analisis data) lebih besar dari nilai r-tabel, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
2. Sebaliknya, jika nilai r-hitung lebih kecil dari nilai r-tabel, item pertanyaan tersebut dianggap tidak valid dan perlu direvisi atau dihilangkan.

Tabel 3. 6 Uji Validitas Pilot

Variabel	Kode Pernyataan	Nilai Korelasi (r hitung)	R-tabel	Keterangan
Perceived Usefulness	PU1	0,923	0,306	VALID
	PU2	0,914	0,306	VALID
	PU3	0,897	0,306	VALID
	PU4	0,874	0,306	VALID
Percerived	PEOU1	0,922	0,306	VALID

Ease of Use				
	PEOU2	0,962	0,306	VALID
	PEOU3	0,888	0,306	VALID
	PEOU4	0,928	0,306	VALID
Attituide Towards Using	ATU1	0,887	0,306	VALID
	ATU2	0,892	0,306	VALID
	ATU3	0,889	0,306	VALID
	ATU4	0,909	0,306	VALID
Intention To Use	ITU1	0,920	0,306	VALID
	ITU2	0,947	0,306	VALID
	ITU3	0,896	0,306	VALID

Sumber: SPSS

Uji validitas dilakukan terhadap 30 responden secara acak. Berdasarkan tabel di atas, sebagian besar item instrumen penelitian memiliki nilai r-hitung > r-tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan tahapan dalam proses pengukuran yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya atau menghasilkan data yang konsisten. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan secara keseluruhan terhadap pernyataan-pernyataan yang telah dinyatakan valid, dengan menggunakan metode *split half*. Metode ini menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebagai indikator reliabilitas. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* (α) melebihi angka 0,60 maka instrumen tersebut dianggap memiliki tingkat keandalan yang baik dan layak digunakan dalam proses analisis data. Hasil pengujian reliabilitas dalam penelitian ini diperoleh melalui perhitungan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*:

Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Pilot Test

No	Variabel	Jumlah Item	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
1	*Perceived usefulness* (PU)	4	0,923	Reliable
2	*Perceived ease of use* (PEOU)	4	0,943	Reliable
3	*Attituide Towards Using* (ATU)	4	0,909	Reliable

4	*Intention To Use* (ITU)	3	0,907	Reliable

Sumber: SPSS

Berdasarkan keseluruhan hasil perhitungan pada tabel 3.7 diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diteliti memiliki instrumen yang reliabel dimana nilai *cronbach's alpha*-nya > 0,6.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk yang lebih ringkas dan mudah dipahami, tanpa melakukan generalisasi atau pengujian hipotesis lebih lanjut. Metode ini melibatkan proses pengumpulan, pengorganisasian, penyajian, dan penyederhanaan data mentah agar dapat memberikan informasi yang bermanfaat. Dalam praktiknya, statistik deskriptif memanfaatkan ukuran-ukuran seperti nilai tengah (*mean, median, modus*), ukuran dispersi (*range*, simpangan baku, dan varians), serta alat bantu visual seperti tabel distribusi frekuensi dan grafik. Statistik deskriptif berfungsi sebagai dasar awal dalam analisis data untuk menggambarkan kondisi atau karakteristik suatu kumpulan data secara menyeluruh (Dian *et al*., 2023).

3.7.2 Analisis Statistik Inferensial

Penelitian ini menerapkan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM), yaitu suatu metode statistik multivariat yang memungkinkan analisis hubungan kausal antar konstruk laten secara simultan. SEM menggabungkan teknik seperti analisis jalur, analisis faktor, dan regresi dalam satu kerangka terpadu untuk menguji model teoritis (Kline, 2016.). Metode ini sangat berguna dalam penelitian sosial dan pemasaran yang melibatkan variabel-variabel abstrak yang tidak dapat diukur secara langsung. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Untuk menganalisis data kuantitatif, digunakan perangkat lunak SmartPLS, sebuah alat yang berbasis pada *metode Partial Least Squares* (PLS). SmartPLS sangat cocok digunakan dalam situasi ketika ukuran sampel kecil dan data tidak terdistribusi normal (Hair at al, 2017). Selain itu, SmartPLS juga menawarkan fleksibilitas dalam mengelola model-model kompleks melalui pendekatan non-parametrik seperti *bootstrapping.*

3.7.2.1 Model Pengukuran (*outer Model)*

Model pengukuran dalam SEM bertujuan untuk mengevaluasi seberapa baik indikator-indikator yang digunakan merepresentasikan konstruk laten yang dimaksud (Urbach & Ahlemann, 2010). Dalam konteks PLS-SEM, model ini dikenal dengan istilah outer model, sedangkan hubungan antar konstruk diuji dalam inner model. Dalam

penelitian ini, terdapat empat konstruk laten, yaitu dua konstruk eksogen dan dua konstruk endogen. Masing-masing konstruk diukur melalui beberapa indikator yang dirancang dalam bentuk pernyataan pada kuesioner. Beberapa konstruk dapat memiliki peran ganda tergantung arah hubungan dalam model struktural.

a. Uji Validitas

Validitas mengacu pada sejauh mana alat ukur benar-benar mengukur konsep yang ingin diukur (Bryman& Bell, 2015). Dalam PLS-SEM, validitas umumnya dibedakan menjadi dua bentuk utama**:**

(1) Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan menilai apakah konstruk dalam model memiliki perbedaan yang cukup signifikan satu sama lain. Untuk mengujinya, digunakan pendekatan *Fornell-Larcker Criterion* dan *Cross Loading,* yang membandingkan akar kuadrat nilai AVE dari masing-masing konstruk dengan korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk lainnya. Jika nilai AVE lebih besar, maka validitas diskriminan dinyatakan terpenuhi (Henseler & Sinkovics, 2009).

(2) Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen memastikan bahwa indikator-indikator dari satu konstruk benar-benar saling berkorelasi dan mengukur konstruk yang sama. Pengukuran dilakukan melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan *outer loading* dari setiap indikator. Nilai AVE disarankan minimal 0,50**,** dan nilai loading idealnya di atas 0,60 (Gefen & Boudreau, 2000).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi alat ukur, yakni sejauh mana hasil pengukuran dapat diandalkan ketika dilakukan secara berulang (Bagozzi & Yi, 1988). Dalam penelitian ini, reliabilitas instrumen diukur menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*, yang umum digunakan dalam konteks skala Likert. Nilai alpha ≥ 0,70 biasanya dianggap memadai (Nunnally& Bernstein, 1994).

3.7.2.2 Model Struktural atau Inner Model

Setelah seluruh indikator dinyatakan valid dan reliabel, dilakukan pengujian terhadap inner model untuk mengidentifikasi hubungan kausal antar konstruk laten. Beberapa pengujian yang dilakukan meliputi:

a. Uji Kolinieritas

Uji kolinearitas bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kesamaan di antara variabel-variabel independen dalam model regresi struktural. Pengujian ini penting dilakukan untuk menghindari adanya redundansi pada variabel prediktor yang dapat memengaruhi keakuratan model. Apabila terdapat kolinearitas tinggi, hal tersebut bisa menyebabkan estimasi parameter model menjadi bias dan standar error menjadi tidak akurat (Hair et al, 2019). Salah satu cara untuk mendeteksi kolinearitas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF yang tinggi menandakan adanya kemungkinan besar terjadinya multikolinearitas yang signifikan (Hair et al., 2019). Dalam penelitian ini, pengambilan keputusan mengenai keberadaan kolinearitas mengacu pada kriteria dari Hair *et al,* (2019), yang menyatakan bahwa VIF harus bernilai maksimal 5 agar variabel dianggap bebas dari masalah kolinearitas.

Tabel 3. 8 Uji Kolinearitas

Nilai VIF	Keterangan
VIF ≥ 5	Kemungkinan ada masalah kolinearitas serius.
3 ≤ VIF ≤ 5	Masalah kolinearitas yang tidak terlalu serius.

VIF < 3	Masalah kolinearitas tidak menjadi masalah serius.

Sumber: Hair et al (2019)

b. Uji Koefisien Determinasi (*R-Squre)*

Pengujian koefisien determinasi mengacu pada nilai *R-square*, yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel endogen (dependen) dapat dijelaskan oleh variabel eksogen (independen) secara bersamaan. Pengujian ini memberikan gambaran mengenai kontribusi konstruk prediktor terhadap variabel yang dipengaruhi. Menurut Hair *et al.* (2021), nilai *R-square* menggambarkan proporsi varians dari konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen yang digunakan dalam model. Semakin banyak konstruk prediktor yang digunakan, maka nilai *R-square* cenderung semakin meningkat. Sementara itu, Chin (1998) memberikan pedoman penilaian terhadap nilai *R-square*, (Chin & Newsted, 1998) sebagaimana disajikan dalam Tabel 3.9 pada penelitian ini.

Tabel 3. 9 Kriteria Uji *R-Square*

Koefisien Determinasi (R 2)	**Keterangan**
$0{,}19 < R^2 < 0{,}33$	Lemah

$0,33 < R^2 < 0,67$	Moderat/sedang
$R^2 > 0,67$	Kuat

Sumber: Chin W (1998)

c. *Predictive Relevance (Q-Square)*

Predictive Relevance (Q-Square) merupakan indikator yang digunakan untuk menilai seberapa baik model struktural mampu memprediksi data yang diperoleh dari sampel atau konstruk prediktor. Meskipun demikian, *Q-square* tidak digunakan sebagai dasar dalam proses estimasi model (Hair *et al.*, 2023). Dalam konteks model struktural, nilai *Q-square* harus lebih besar dari nol ($Q^2 > 0$), yang menandakan bahwa model memiliki kemampuan prediktif terhadap variabel laten endogen tertentu. Nilai ini menjadi cerminan relevansi prediktif dari model terhadap konstruk dependen yang dimaksud (Hair *et al.*, 2023).

d. Uji Koefisien Jalur *(Path Coeffitient)*

Variabel dependen, yang dikenal sebagai konstruk respons, dapat dipengaruhi oleh konstruk prediktor melalui pengujian koefisien jalur. Hasil dari pengujian ini memberikan gambaran mengenai arah dan kekuatan hubungan antar variabel melalui nilai koefisien jalur (β), yang juga digunakan untuk menguji

hipotesis. Nilai β berkisar antara -1 hingga +1, di mana nilai yang mendekati +1 menunjukkan hubungan yang sangat positif, sementara nilai yang mendekati -1 menunjukkan hubungan yang sangat negatif (Hair *et al.*, 2021). Selain itu, pengujian hipotesis dilakukan untuk mengevaluasi signifikansi hubungan antar konstruk dengan menggunakan nilai *p-value* dan *T-statistic*. Dalam analisis p-value, hubungan dianggap signifikan apabila nilai p kurang dari 0,05 atau 5% (Hair *et al*, 2016). Sedangkan dalam analisis *T-statistic*, nilai *T-statistic* dibandingkan dengan nilai T-tabel, yang dalam penelitian ini adalah 1,96. Berdasarkan nilai ini, keputusan hipotesis ditentukan sebagai berikut:

a. Hipotesis alternatif (Ha) diterima apabila nilai *T-statistic* lebih besar dari T-tabel, yang mengindikasikan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen
b. Hipotesis nol (H_0) diterima apabila nilai *T-statistic* lebih kecil dari T-tabel, yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Hair et al, 2016).

BAB IV
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

4.1.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	63	54,8
Perempuan	52	45,2
Jumlah	115	100%

Sumber : Data primer

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, responden di dominasi oleh perempuan sebanyak 63 responden (54,8%) sedangkan laki-laki sebanyak 52 responden (45,2%).

4.1.2 Usia Responden

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan usia responden sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
<20 Tahun	1	0,9
20-25 Tahun	114	99,1
26-30 Tahun	0	0
Jumlah	115	100%

Sumber:Data primer

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 20-25 tahun sebanyak 114 orang (99,1%). Responden dengan usia <20 tahun sebanyak 1 orang (0,9%).

4.1.3 Domisili

Berdasarkan hasil penelitian dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan domisili sebagai berikut :

Tabel 4. 3 Domisili Responden

Domisili	Frekuensi	Persentase

Jakarta	17	17,4
Bandung	30	26,1
Surabaya	41	35,7
Yogyakarta	24	20,9
Jumlah	115	100%

Sumber : Data primer

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berdomisili di Jakarta sebanyak 17 orang (17,14%). Responden yang berdomisili di Bandung sebanyak 30 orang (26,1%). Responden yang berdomisili di Surabaya sebanyak 41 orang (35,7%). Responden yang berdomisili di Yoyakarta sebanyak 24 (20,9%).

4.1.4 Platform *Streaming* Lain Selain Netflix

Berdasarkan hasil penelitian, dapat di deskripsikan karakteristik responden berdasarkan platfrom *streaming* lain selain Netflix sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Responden yang Menggunakan

Platform Streming Selain Netflix

Platfom Streaming Lain	Frekuensi	Persentase
Video	39	33,9
Desney Hotstar	31	27
Viu	32	27,8
Lainya	13	11,3
Jumlah	115	100%

Sumber : data primer

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang menggunakan platform *streaming* film lain selain Netflix. Responden yang menggunakan aplikasi Video sebanyak 39 orang (33,9%). Responden yang menggunakan Disney Hotstar sebanyak 31 orang (27%). Responden yang menggunakan Viu sebanyak 41 orang (35,7%), dan yang menggunakan platform *streaming* lain sebanyak 13 (11,3%).

4.2 Uji Kualitas Data pada 115 Sampel

4.2.1 Uji Validitas Kualitas Data

Validitas *(validity)* menunjukan seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur dari satu set operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Jika nilai r-hitung > r-tabel, maka dapat dinyatakan semua item pertanyaan itu valid. Adapun nilai r-tabel untuk DF = n-2 = 115-2 = 113 dengan *level of significance* 0,5 adalah 0,182. Hasil uji validitas dapat terlihat pada tabel di bawah ini (sugiyono, 2013).

Tabel 4. 5 Uji Validitas Pilot Pada 115 Responden

Variabel	**Kode Pernyataan**	**Nilai Korelasi (r hitung)**	**R-tabel**	**Keterangan**
Perceived Usefulness	PU1	0,923	0,182	VALID
	PU2	0,914	0,182	VALID
	PU3	0,897	0,182	VALID
	PU4	0,874	0,182	VALID

Perceived Ease of Use	PEOU1	0,922	0,182	VALID
	PEOU2	0,962	0,182	VALID
	PEOU3	0,888	0,182	VALID
	PEOU4	0,928	0,182	VALID
Attituide Towards Using	ATU1	0,887	0,182	VALID
	ATU2	0,892	0,182	VALID
	ATU3	0,889	0,182	VALID
	ATU4	0,909	0,182	VALID
Intention To Use	ITU1	0,920	0,182	VALID
	ITU2	0,947	0,182	VALID
	ITU3	0,896	0,182	VALID

Sumber:Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan tabel diatas, seluruh instrumen penelitian mempunyai nilai r-hitung > r-tabel sehingga, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrument tersebut valid.

4.2.2 Uji Reliabilitas Kualitas Data

Pengujian ini dilakukan terhadap butir pertanyaan yang termasuk dalam kategori valid. Apabila *Alpha Cronbach* (α) lebih besar dari 0,6 maka data penelitian diangap sangat baik dan reliabel untuk digunakan sebagai input dalam proses penganalisaan data. Hasil dari uji reliabilitas berdasarkan pada rumus *Alpha Cronbach* diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas 115 Responden

No	Variabel	Jumlah Item	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
1	*Perceived usefulness* (PU)	4	0,906	Reliable
2	*Perceived ease of use* (PEOU)	4	0,904	Reliable
3	*Attituide Towards Using* (ATU)	4	0,905	Reliable
4	*Intention To Use* (ITU)	3	0,908	Reliable

Sumber:Olah data SPSS (2025)

Berdasarkan keseluruhan hasil perhitungan pada tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diteliti memiliki instrumen yang reliabel dimana nilai *cronbach's alpha*-nya >0,6.

4.3 Analissis Statistik Deskriptif

Uraian deskriptif variabel merupakan bagian dari pembahasan yang mencakup analisis terhadap hasil deskriptif dari setiap variabel yang diteliti. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2019), analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan kecenderungan data dalam suatu studi, seperti distribusi frekuensi dan nilai rata-rata dari tanggapan responden. Dalam penelitian ini, variabel yang dianalisis secara deskriptif mencakup kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan, sikap terhadap penggunaan, dan niat untuk menggunakan. Untuk menginterpretasikan hasil deskriptif dari tiap variabel, digunakan suatu skala interpretasi yang didasarkan pada interval tertentu, yang berfungsi untuk menentukan kategori penilaian dari responden. Skala tersebut diadaptasi dari pendekatan yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif yang mengandalkan interval sebagai dasar interpretasi data. Skala interpretatif yang diterapkan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut :

Tabel 4. 7 Deskriptif Varibel

Interval	Kategori
1,00 – 1,83	Sangat Tidak Setuju

1,84 – 2,66	Tidak Setuju
2,67 – 3,49	Agak Tidak Setuju
3,50 – 4,32	Agak Setuju
4,33 – 5,15	Setuju
5,16 – 6,00	Sangat Setuju

Sumber : Sugiyono (2019)

4.3.1 Tabel Deskriptif (Variabel Kegunaan Yang Dirasakan)

Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Kegunaan yang Dirasakan

Item	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Jumlah	Mean
PU1	2		3	9	57	44	115	5,18
PU2		1	1	13	55	45	115	5,23
PU3		1	1	14	54	45	115	5,23
PU4		1	1	9	48	56	115	5,37

Sumber : Olah data SPSS

Berdasarkan hasil dari 115 responden, penilaian pada variabel *Perceived Usefulness* menunjukkan kategori sangat setuju dengan nilai rata-rata sebesar 5,25. Seluruh indikator mendapatkan penilaian pada kategori tinggi. Indikator dengan nilai tertinggi adalah *"*Platform streaming film *online* Netflix berguna untuk memenuhi kebutuhan hiburan saya*"* (PU4) dengan rata-rata 5,37. Sedangkan indikator dengan nilai terendah adalah *"*Penggunaan platform streaming film *online* Netflix mendorong

saya dalam mencari hiburan sekaligus informasi*"* (PU1) dengan rata-rata 5,18. Hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap Netflix sangat bermanfaat terutama dalam memenuhi kebutuhan hiburan, meskipun fungsi pencarian hiburan sekaligus informasi dinilai sedikit lebih rendah.

4.3.2 Tabel Deskriptif (Variabel kemudahan penggunaan)

Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan

Item	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Jumlah	Mean
PEOU1		1	3	19	49	43	115	5,13
PEOU2		1	2	20	50	42	115	5,13
PEOU3		1	2	16	58	38	115	5,13
PEOU4		1	3	19	54	38	115	5,09

Sumber : Olah Data SPSS

Variabel *Perceived Ease of Use* memperoleh kategori setuju dengan rata-rata keseluruhan 5,12. Nilai tertinggi dimiliki oleh tiga indikator sekaligus (PEOU1, PEOU2, PEOU3) dengan rata-rata 5,13**,** yang mencerminkan bahwa pengguna merasa mudah mempelajari, menemukan, dan mengingat cara menggunakan fitur Netflix. Nilai terendah adalah *"*Saya merasa platform streaming film *online* Netflix mudah digunakan*"* (PEOU4) dengan rata-rata 5,09. Hasil ini mengindikasikan bahwa

kemudahan belajar dan navigasi fitur menjadi aspek paling dihargai oleh pengguna Netflix.

4.3.3 Tabel Deskriptif (Variabel sikap terhadap penggunaan)

Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Sikap Terhadap Penggunaan

Item	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Jumlah	Mean
ATU1		1		5	61	48	115	5,35
ATU2		1		8	64	42	115	5,27
ATU3		1		14	55	45	115	5,24
ATU4		2	6	20	52	35	115	4,97

Sumber : Olah Data SPSS

Penilaian variabel *Attitude Toward Using* berada pada kategori sangat setuju dengan rata-rata 5,21. Nilai tertinggi terdapat pada indikator *"*Menggunakan platform streaming film *online* Netflix adalah ide yang baik*"* (ATU1) dengan rata-rata 5,35. Sedangkan nilai terendah adalah *"*Menggunakan platform streaming film *online* Netflix lebih nyaman dibanding menonton langsung di bioskop*"* (ATU4) dengan rata-rata 4,97. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki sikap positif terhadap penggunaan Netflix, meskipun kenyamanan dibanding bioskop masih dipersepsikan sedikit lebih rendah.

4.3.4 Tabel Deskriptif (Variabel niat untuk menggunakan)

Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel Niat Untuk Menggunakan

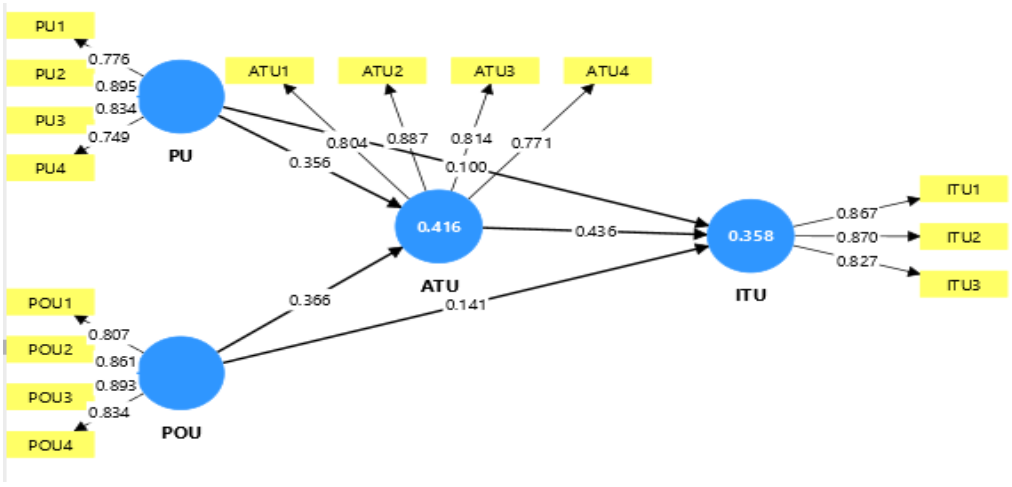
Item	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Jumlah	Mean
ITU1		2	10	37	43	23	115	4,65
ITU2		1	7	27	59	21	115	4,80
ITU3		1		22	60	32	115	5,06

Sumber : Olah Data SPSS

Variabel *Intention to Use* memperoleh kategori Setuju dengan rata-rata 4,84. Nilai tertinggi terdapat pada indikator *"*Saya tertarik untuk terus menjelajahi konten yang ditawarkan Netflix*"* (ITU3) dengan rata-rata 5,06. Nilai terendah adalah *"*Saya akan mempertimbangkan untuk terus menggunakan platform streaming film *online* Netflix di masa mendatang*"* (ITU1) dengan rata-rata 4,65. Temuan ini menunjukkan bahwa ketertarikan menjelajahi konten Netflix menjadi pendorong utama niat penggunaan, sementara rencana penggunaan jangka panjang dinilai sedikit lebih rendah.

4.4 Uji Model Pengukuran *(Outer Model)*

Dalam uji model penelitian struktural, peneliti menggunakan *SmartPLS* dan memperooleh hasil dari uji validitas dan reabilitas pada masing-masing variabel ditampilkan dalam tabel berikut:



Gambar 4. 1 Pengukuran *Outer*

Dalam melakukan uji validitas konvergen, terdapat dua aspek penting yang perlu diperhatikan, yaitu Outer Loading dan Average Variance Extracted (AVE). Berdasarkan pendapat Hair et al (2014), suatu konstruk dapat dinyatakan valid apabila nilai AVE yang diperoleh mencapai setidaknya 0,50.(Hair et al., 2014) Adapun hasil dari nilai outer loading ditampilkan pada Tabel 4.12 berikut ini.

Tabel 4. 12 *Outer Loading*

	Attituide Towards Using	***Intention To Use***	***Perceived Ease of Use***	***Perceived Usefulness***
ATU1	0,803957			
ATU2	0,886559			
ATU3	0,814093			
ATU4	0,770528			

ITU1		0,867131		
ITU2		0,869852		
ITU3		0,826951		
PEOU1			0,807392	
PEOU2			0,861488	
PEOU3			0,892745	
PEOU4			0,834364	
PU1				0,776286
PU2				0,895194
PU3				0,83448
PU4				0,74945

Sumber:Olah data (2025)

Berdasarkan hasil outer loading, seluruh indikator memiliki nilai di atas 0,7, yang berarti bahwa indikator-indikator tersebut memiliki korelasi tinggi dengan konstruknya dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Tabel 4. 13 *Avarage Variance Extracted*

	***Average Variance Extracted* (AVE)**
Sikap Terhadap Penggunaan	0,672
Niat Untuk Menggunakan	0,731
Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan	0,722
Kegunaan yang dirasakan	0,666

Sumber : Olah Data (2025)

Seluruh nilai AVE > 0,5 menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki validitas konvergen yang memadai.

Tabel 4. 14 *Fornell-Larcker Criterion*

	Sikap Terhadap Pengunaan	**Niat untuk mennggunakan**	**Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan**	**Kegunaan yang Dirsakaan**
Sikap Terhadap Pengunaan	0,820			
Niat untuk mennggunakan	0,575	0,855		
Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan	0,579	0,453	0,850	
Kegunaan yang di rasakan	0,575	0,435	0,599	0,816

Sumber : Olah Data (2025)

Berdasarkan kriteria Fornell-Larcker, semua konstruk memenuhi syarat validitas diskriminan karena nilai akar AVE-nya lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk.

Tabel *4. 15 Cross Loading*

	Sikap Terhadap Pengunaan	**Niat Menggunakan**	**Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan**	**Kegunaan yang Dirasakan**
ATU1	**0,804**	0,429	0,434	0,481
ATU2	**0,887**	0,594	0,547	0,519
ATU3	**0,814**	0,384	0,411	0,434
ATU4	**0,771**	0,447	0,487	0,442
ITU1	0,487	**0,867**	0,446	0,361
ITU2	0,521	**0,870**	0,284	0,328
ITU3	0,466	**0,827**	0,427	0,425
PEOU1	0,472	0,330	**0,807**	0,587
PEOU2	0,444	0,294	**0,861**	0,574
PEOU3	0,529	0,412	**0,893**	0,481
PEOU4	0,509	0,474	**0,834**	0,421
PU1	0,400	0,333	0,422	**0,776**
PU2	0,482	0,295	0,513	**0,895**
PU3	0,452	0,431	0,559	**0,834**
PU4	0,524	0,346	0,446	**0,749**

Sumber : Olah Data (2025)

Seluruh indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruknya masing-masing, sehingga memenuhi validitas diskriminan berdasarkan analisis *cross loading*.

4.4.1 Uji Reliabilitas

Menurut Hair et al. (2021), pengujian reliabilitas dalam suatu penelitian perlu dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, selain dari pengujian validitas konvergen dan diskriminan. Dalam penelitian eksploratif, nilai reliabilitas yang berada dalam rentang 0,60 hingga 0,70 masih dianggap dapat diterima, sedangkan nilai antara 0,70 hingga 0,90 menunjukkan tingkat reliabilitas yang memuaskan hingga sangat baik. Berdasarkan pedoman tersebut, penelitian ini menetapkan ambang batas minimum reliabilitas sebesar 0,70 untuk *Composite Reliability* (Hair et al., 2021). Hasil pengujian yang ditampilkan dalam Tabel 4.16 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan reliabilitas yang baik, karena telah melampaui ambang batas tersebut. Sebagai contoh, nilai pada variabel sikap terhadap penggunaan sebesar 0,837, niat untuk menggunakan sebesar 0,815, persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,872, dan persepsi kegunaan sebesar 0,831. Rincian selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.16

Tabel 4. 16 ***Cronbach's Alpha dan Composite Reliability***

	Cronbach's alpha	***Composite reliability***
Sikap Terhadap Penggunaan	0,837	0,852
Niat Untuk Menggunakan	0,815	0,816
Kemudahaan penggunaan yang dirasakan	0,872	0,880
Kegunaan yang Dirasakan	0,831	0,833

Sumber : Olah Data (2025)

4.4.2 Pengujian Model Struktural *(Iner Model)*

Model struktural, yang dikenal juga sebagai inner model, digunakan untuk mengevaluasi hubungan antarvariabel dalam penelitian. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *R-square* (R^2) pada variabel dependen untuk menilai seberapa baik model menjelaskan variabel tersebut. Sementara itu, pengaruh dari variabel independen dianalisis melalui nilai koefisien jalur *(path coefficient*).

4.4.2.1 Uji Kolinieritas

Salah satu metode yang digunakan untuk menguji model struktural adalah dengan melakukan analisis kolinearitas, yang bertujuan menilai sejauh mana hubungan antar variabel laten saling memengaruhi (Hair et al., 2021). Dalam pendekatan PLS-SEM, nilai toleransi idealnya berada pada angka 0,20 atau lebih, dengan nilai

VIF di bawah 5. Nilai VIF yang tinggi dapat mengindikasikan potensi masalah kolinearitas. Jika ditemukan nilai VIF ≥ 5 atau terdapat kolinearitas yang sangat tinggi, maka disarankan untuk mempertimbangkan penghapusan indikator yang redundan (F. Hair Jr et al., 2014). Pada penelitian ini, hubungan antara variabel *Intention to Use* dan *Attitude Toward Using* menunjukkan nilai VIF sebesar 1,712; antara *Perceived Ease of Use* dan *Intention to Use* sebesar 1,788; antara *Attitude Toward Using* dan *Perceived Usefulness* sebesar 1,599; serta antara *Intention to Use* dan *Perceived Usefulness* sebesar 1,775. Rincian lengkap dari hasil analisis ini disajikan dalam Tabel 4.17.

Tabel 4. 17 Uji Kolineritas

	Sikap Terhadap Penggunaan	**Niat Untuk Menggunakan**	**Kemudahan Kegunaan yang Dirasakan**	**Kegunaan yang Dirasakan**
Sikap Terhadap Penggunaan		1,712		
Niat Untuk Menggunakan				
Kemudahan Kegunaan yang Dirasakan	1,559	1,788		

Kegunaan yang Dirasakan	1,559	1,775		

Sumber : Olah Data (2025)

Seluruh nilai VIF < 5, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model struktural. Dengan demikian, hubungan antar konstruk dapat dianalisis lebih lanjut tanpa kekhawatiran bias akibat kolinearitas**.**

4.4.2.2 Koefisien Determinasi *(R-squere)*

R-square merupakan salah satu indikator yang paling sering digunakan untuk menilai sejauh mana variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dalam suatu model. Koefisien ini mencerminkan tingkat kemampuan prediktif model dan diperoleh melalui kuadrat dari korelasi antara nilai prediksi dengan nilai aktual dari konstruk endogen. Nilai R^2 menunjukkan besarnya pengaruh kolektif dari variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Setiap variabel dalam model memiliki nilai R^2 masing-masing, yang disajikan pada Tabel 4.18.

Tabel 4. 18 Hasil *R-Suqare*

	R-square	***R-square adjusted***

Sikap Terhadap Penggunaan	0,416	0,405
Niat Untuk Menggunakan	0,358	0,340

Sumber : Olah Data

Berdasarkan Tabel 4.18, diketahui bahwa variabel *Attitude Toward Using* dapat dijelaskan oleh variabel-variabel sebelumnya (antesedennya) sebesar 41%. Ini menunjukkan bahwa masih terdapat 59% pengaruh dari faktor lain di luar konstruk tersebut. Sementara itu, variabel *Intention to Use* mampu dijelaskan oleh konstruk antesedennya sebesar 35,8%, yang berarti bahwa 66,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal lain yang tidak termasuk dalam model ini.

4.4.2.3 Relevansi Prediktif *(Q-Square)*

Q-Square merupakan indikator yang digunakan untuk menilai kemampuan prediktif dari model struktural berdasarkan data sampel, meskipun indikator ini tidak digunakan dalam proses estimasi model secara langsung (Hair et al., 2016). Untuk konstruk laten endogen reflektif tertentu, nilai *Q-Square* menunjukkan seberapa baik model dapat memprediksi variabel dependen tersebut. Dalam konteks model struktural, nilai Q^2 harus lebih besar dari nol ($Q^2 > 0$) agar dapat dikatakan memiliki relevansi prediktif (Hair et al, 2016). Hasil

perhitungan nilai *Q-Square* dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.19 berikut.

Tabel 4. 19 Hasil *Q-Square*

	Q^2 *predict*
ATU1	0,198
ATU2	0,301
ATU3	0,172
ATU4	0,238
ITU1	0,165
ITU2	0,059
ITU3	0,167

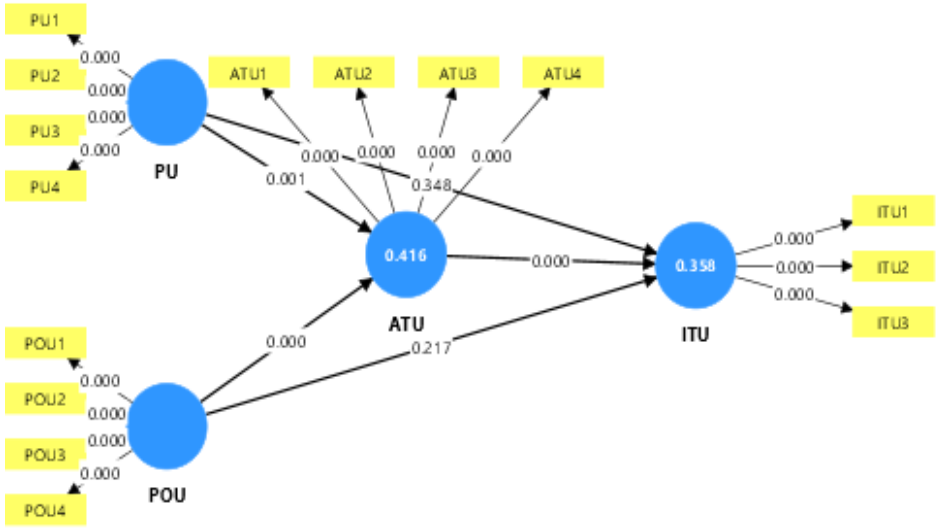
Sumber :Olah Data (2025)

Nilai Q^2 seluruh indikator berada di atas 0, yang menandakan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang memadai untuk memprediksi *Attitude Toward Using* dan *Intention to Use*.

4.4.2.4 Koefisen Jalur (Pengujian Hipotesis)

Koefisien jalur digunakan sebagai dasar dalam menguji hipotesis penelitian, yang perhitungannya dilakukan melalui aplikasi SmartPLS dengan metode *bootstrapping.* Berdasarkan hasil *bootstrapping* yang disajikan pada Tabel 4.20, ada 3 dinyatakan diterima atau didukung dan ada 2 Hipotesis yang tidak di dukung. Visualisasi hasil uji model

struktural melalui bootstrapping dapat dilihat pada Gambar 4.2 berikut.:



Gambar 4. 2 *Bootstrapping* Uji Model Struktural

Sumber : Olah Data (2025)

Hal ini, dikarenakan sejalan dengan prinsip (Hair et al., 2016), yang mengatakan bahwa nilai *T-statistics* harus lebih dari 1,96; serta nilai dari *P-value* harus kurang dari 0,05. Oleh karena itu, seluruh didukung. Berikut tabel 4.20 yang menerangkan secara rinci hasil pengujian koefisien jalur:

Tabel 4. 20 Hasil Koefisien Jalur

	Original sample (O)	*Sample mean (M)*	*Standard deviation (STDEV)*	*T statistics (|O/STDEV|)*	*P values*
ATU -> ITU	0,436	0,421	0,125	3,484	0,000
PEOU -> ATU	0,366	0,362	0,104	3,502	0,000
PEOU -> ITU	0,141	0,151	0,114	1,236	0,217
PU -> ATU	0,356	0,356	0,106	3,356	0,001
PU -> ITU	0,100	0,102	0,106	0,940	0,348

Sumber :Olah Data (2025)

Dari lima hipotesis yang diuji**,** tiga hipotesis didukung (signifikan) dan dua hipotesis ditolak (tidak signifikan**)**. Pengaruh signifikan ditemukan pada hubungan antara sikap penggunaan terhadap niat untuk menggunakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap sikap penggunaan, dan kegunaan yang dirasakan terhadap sikap terhadap penggunaan sedangkan dua jalur langsung dari kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kegunaan yang

dirasakan ke niat untuk menggunakan tidak signifikan, yang mungkin menunjukkan bahwa efek keduanya dimediasi oleh sikap.

Tabel 4. 21 *indirect effect*

	Original sample (O)	***Sample mean (M)***	***Standard deviation (STDEV)***	***T statistics (|O/STDEV|)***	***P values***
POU -> ATU -> ITU	0,160	0,148	0,056	2,832	0,005
PU -> ATU -> ITU	0,155	0,151	0,067	2,999	0,022

Sumber : Olah data (2025)

Berdasarkan hasil analisis efek tidak langsung, dapat disimpulkan bahwa baik *perceived usefulness* maupun *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* melalui mediasi *attitude towards using*, hal ini menunjukkan bahwa sikap pengguna terhadap penggunaan Netflix memegang peranan penting sebagai jembatan antara persepsi awal mereka terhadap teknologi dan keputusan akhir untuk menggunakannya.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Kegunaan Yang Dirasakan Terhadap Niat Menggunaan Netflix

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada Tabel 4.20, diketahui bahwa pengaruh kegunaan yang dirasakan (*Perceived Usefulness*) terhadap niat menggunakan Netflix memiliki nilai *T-statistic* sebesar 0,940 dan *P-value* sebesar 0,348. Nilai ini lebih kecil dari batas signifikansi 1,96 untuk T-statistic dan lebih besar dari 0,05 untuk P-value, sehingga hipotesis ini tidak signifikan dan ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun responden menganggap Netflix berguna, persepsi ini tidak secara langsung mendorong niat mereka untuk menggunakannya. Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu dalam konteks layanan digital. Misalnya**,** Kurniawan et al. (2022) dalam studi pada aplikasi zakat digital menemukan bahwa *Perceived Usefulness* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap *Intention to Use*, melainkan melalui variabel *trust* sebagai mediator(Kurniawan & Wijayanti, 2022). Hal ini dapat disebabkan oleh faktor-faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap niat, seperti kenyamanan penggunaan, harga berlangganan, atau preferensi terhadap konten. Selain itu, kegunaan yang dirasakan kemungkinan memiliki pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi, seperti sikap terhadap penggunaan**.** Sinurat dan Sugiyanto

(2022) juga menemukan bahwa PU tidak langsung memengaruhi niat menggunakan dompet digital di Jakarta, melainkan harus dimediasi oleh sikap pengguna (*Attitude Toward Using*) (Sinurat & Sugiyanto, 2022). Dari data deskriptif memperlihatkan bahwa persepsi kegunaan Netflix berada pada tingkat tinggi, dengan skor rata-rata setiap indikator di atas 5,18 dari skala 6. Indikator tertinggi adalah PU4 ("Netflix berguna untuk memenuhi kebutuhan hiburan") dengan skor 5,37, menunjukkan bahwa mayoritas responden sepakat akan manfaat platform ini. Hal ini mengindikasikan bahwa walaupun pengguna mengakui kegunaan Netflix, faktor lain lah yang lebih mempengaruhi.

4.5.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Menggunakan Netflix

Dari hasil pengujian, pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan Netflix memiliki *T-statistic* sebesar 1,236 dan *P-value* sebesar 0,217. Karena kedua nilai ini tidak memenuhi kriteria signifikansi ($T > 1{,}96$ dan $P < 0{,}05$), maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Artinya, meskipun platform Netflix dianggap mudah digunakan oleh responden, hal ini tidak serta-merta meningkatkan keinginan mereka untuk menggunakan platform tersebut secara langsung. Sama seperti variabel kegunaan, kemudahan penggunaan kemungkinan besar bekerja secara tidak langsung melalui

variabel mediasi seperti sikap terhadap penggunaan. Temuan ini didukung oleh penelitian Sinurat dan Sugiyanto (2022) yang menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* tidak memengaruhi niat penggunaan secara langsung, namun memberikan pengaruh tidak langsung melalui variabel sikap.(Sinurat & Sugiyanto, 2022) Hal serupa juga ditemukan dalam studi oleh Harryanto et al. (2018), yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* (PEO) hanya berpengaruh terhadap *intention to use* (ITU) ketika dimoderasi oleh pengalaman pengguna (Harryanto et al., 2018). Tabel deskriptif memilki skor rata-rata indikator PEOU sangat tinggi, berkisar antara 5,09–5,13. Responden menilai Netflix mudah dipelajari (PEOU1, 5,13), mudah digunakan (PEOU4, 5,09), dan memudahkan menemukan film yang diinginkan (PEOU2, 5,13). Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan sudah sangat baik, namun sama seperti PU, faktor kemudahan ini tidak cukup kuat mendorong niat langsung tanpa adanya sikap positif yang terbentuk sebelumnya.

4.5.3 Pengaruh Kegunaan Yang Dirasakan Terhadap Sikap Penggunaan Netflix

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa pengaruh kegunaan yang dirasakan terhadap sikap penggunaan memiliki *T-statistic* sebesar 3,356 dan *P-value* sebesar 0,001. Karena nilai ini melewati ambang batas

signifikansi, maka hipotesis ini diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi pengguna terhadap kegunaan Netflix, maka semakin positif pula sikap mereka terhadap penggunaannya. Ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan merupakan salah satu determinan utama sikap terhadap teknologi. Selaras dengan data deskriptif yang menunjukkan seluruh indikator PU berada di atas rata-rata 5,18. Nilai tinggi ini mencerminkan bahwa persepsi manfaat Netflix berperan besar membentuk sikap positif pengguna. Dengan kata lain, semakin tinggi penilaian responden terhadap kegunaan Netflix, semakin positif pula sikap mereka terhadap penggunaannya

4.5.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Netflix

Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan memiliki *T-statistic* sebesar 3,502 dan *P-value* sebesar 0,000, yang berarti signifikan, sehingga hipotesis ini diterima. Hasil itu menunjukkan, bahwa semakin mudah seseorang menggunakan Netflix, maka sikapnya terhadap platform tersebut menjadi semakin positif. Ini mendukung konsep bahwa pengalaman pengguna yang menyenangkan dan tanpa hambatan teknis dapat membentuk evaluasi positif terhadap layanan yang digunakan. Data deskriptif mendukung hal ini, di mana seluruh indikator PEOU berada di

kisaran skor tinggi (5,09–5,13). Kemudahan penggunaan yang tinggi secara konsisten memperkuat sikap positif responden terhadap penggunaan Netflix, sejalan dengan teori TAM yang menyatakan bahwa kemudahan adalah salah satu pembentuk utama sikap..

4.5.5 Pengaruh Sikap Penggunaan Terhadap Niat Menggunakan Netflix

Hubungan antara sikap penggunaan dan niat menggunakan memiliki *T-statistic* sebesar 3,484 dan *P-value* sebesar 0,000, yang menunjukkan pengaruh signifikan. Dengan demikian, hipotesis ini diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin positif sikap individu terhadap penggunaan Netflix, maka semakin besar pula niat mereka untuk terus menggunakan platform tersebut di masa mendatang. Hasil ini mendukung struktur dasar dari TAM, di mana sikap bertindak sebagai mediator penting yang menjembatani persepsi pengguna terhadap niat perilaku. Data deskriptif ATU memperlihatkan bahwa skor tertinggi ada pada ATU1 (“Menggunakan Netflix adalah ide yang baik”) sebesar 5,35, dan semua indikator berada di atas 4,97. Hal ini menunjukkan sikap positif yang kuat, yang secara langsung memotivasi niat penggunaan Netflix di masa mendatang..

4.5.6 Pengaruh Kegunaan Yang Dirasakan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Dimediasi Oleh Sikap Terhadap Penggunaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Attitude Toward Using (ATU) secara signifikan memediasi hubungan antara Perceived Ease of Use (PEOU) dan Intention to Use (ITU)**.** Nilai original sample sebesar 0,160 dengan T-statistic sebesar 2,832 dan p-value 0,005 (< 0,05) menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung ini signifikan. Artinya, kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna terhadap platform Netflix, Meskipun hubungan langsung PU–ITU tidak signifikan, hubungan mediasi melalui ATU menjadi signifikan. Data deskriptif yang tinggi pada indikator PU (≥5,18) menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan tetap relevan, namun efeknya pada niat penggunaan memerlukan pembentukan sikap positif terlebih dahulu. Artinya, strategi peningkatan kegunaan Netflix akan lebih efektif jika dibarengi dengan upaya memperkuat pengalaman positif pengguna..

4.5.7 Pengaruh Kemudaah Penggunaan Yang Dirasakan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Dimediasi Oleh Sikap Terhadap Penggunaan

Dari hasil uji diketahui bahwa *Attitude Toward Using* (ATU) juga secara signifikan memediasi hubungan antara *Perceived Usefulness* (PU) dan *Intention to Use* (ITU), dengan nilai original sample sebesar 0,155, T-statistic sebesar 2,999, dan p-value 0,022 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Sementara table deskriptif menunjukan dengan

tingginya skor PEOU (5,09–5,13) menjadi bukti bahwa kemudahan penggunaan mendorong pembentukan sikap positif, yang pada akhirnya memengaruhi niat untuk menggunakan Netflix. Hal ini menggarisbawahi pentingnya pengalaman pengguna yang lancar dan tanpa hambatan sebagai pendorong loyalitas.

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa kesimpulan dapat dirumuskan untuk menjawab pertanyaan yang telah diajukan pada Bab I dan mengacu pada analisis yang dibahas di Bab IV mengenai pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* untuk mengoptimalkan *intention to use* melalui *attitude toward using* pada konsumen Gen Z pengguna layanan *streaming* Netflix.

5.1.1. Pengaruh Manfaat yang Dirasakan terhadap Niat untuk Menggunakan

Pertama, hipotesis hubungan antara *perceived usefulness* terhadap *intention to use* menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Meskipun sebagian besar pengguna merasa bahwa Netflix memberikan manfaat dalam memenuhi kebutuhan hiburan mereka, persepsi tersebut tidak secara langsung memengaruhi niat untuk terus menggunakan layanan. Hal ini mengindikasikan bahwa manfaat fungsional seperti variasi konten atau fleksibilitas waktu belum cukup kuat mendorong keputusan penggunaan apabila tidak disertai dengan dorongan emosional atau sikap yang positif.

5.1.2. Pengaruh Kemudahan yang Dirasakan terhadap Niat untuk Menggunakan

Kedua, hipotesis hubungan antara *perceived ease of use* terhadap *intention to use* juga menunjukkan hasil tidak signifikan. Meskipun mayoritas responden menilai Netflix mudah digunakan, dengan antarmuka sederhana dan navigasi yang intuitif, kemudahan ini tidak serta-merta meningkatkan niat untuk menggunakan secara langsung. Hal ini dapat terjadi karena kemudahan dianggap sebagai standar minimum layanan digital saat ini dan tidak cukup menjadi pembeda kompetitif.

5.1.3. Pengaruh Manfaat yang Dirasakan terhadap Sikap Penggunaan

Ketiga, *perceived usefulness* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*. Ketika pengguna menilai bahwa Netflix membantu mereka memperoleh hiburan dengan cara yang lebih praktis dan efisien, mereka mengembangkan sikap positif terhadap penggunaan layanan tersebut. Sikap ini terbentuk dari pengalaman penggunaan yang dianggap bermanfaat dalam konteks waktu, biaya, dan kenyamanan.

5.1.4. Pengaruh Kemudahan yang Dirasakan terhadap Sikap Penggunaan

Keempat, *perceived ease of use* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*. Kemudahan dalam mengakses, menavigasi, serta memahami fitur-fitur Netflix menciptakan rasa nyaman dan meningkatkan pengalaman pengguna. Hal ini mendorong pembentukan sikap positif terhadap

layanan, dimana pengguna cenderung mengapresiasi pengalaman yang bebas hambatan.

5.1.5. Pengaruh Sikap Penggunaan terhadap Niat untuk Menggunakan

Kelima, *attitude toward using* menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Sikap positif yang terbentuk dari persepsi kegunaan dan kemudahan menjadi penggerak utama dalam membentuk niat penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa sikap merupakan variabel mediasi penting yang menjembatani hubungan antara persepsi awal pengguna terhadap layanan dengan keputusan penggunaan aktual mereka

5.1.6. Pengaruh Manfaat yang Dirasakan dan Kemudahan yang Dirasakan terhadap Niat untuk Menggunakan Dimediasi Oleh Sikap Terhadap Penggunaan

Keenam, berdasarkan hasil analisis terhadap dua jalur mediasi dalam model penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Attitude Toward Using (ATU) terbukti secara signifikan memediasi hubungan antara *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Intention to Use* (ITU). Hal ini menunjukkan bahwa baik persepsi atas kemudahan maupun manfaat penggunaan layanan Netflix tidak secara langsung memengaruhi niat pengguna Generasi Z untuk terus menggunakan platform tersebut, melainkan melalui pembentukan sikap positif terlebih dahulu terhadap penggunaan layanan. Dengan kata lain, semakin pengguna merasakan bahwa Netflix mudah digunakan dan bermanfaat, semakin besar

kemungkinan mereka memiliki sikap yang positif terhadap platform, dan sikap positif inilah yang pada akhirnya mendorong intensi penggunaan

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa a*ttitude toward using* merupakan kunci dalam menjelaskan niat penggunaan layanan digital oleh Generasi Z. Perusahaan penyedia layanan seperti Netflix sebaiknya memprioritaskan peningkatan kualitas pengalaman yang mampu memperkuat sikap positif pengguna sebagai strategi untuk meningkatkan loyalitas dan intensi penggunaan.

5.2 Implikasi Penelitian

5.2.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian yang melibatkan 115 responden Generasi Z pengguna layanan Netflix memberikan kontribusi teoritis dalam penerapan *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai pendekatan dalam memahami penerimaan teknologi hiburan digital. Dalam konteks ini, penelitian menegaskan bahwa pengaruh langsung dari PU dan PEOU terhadap niat penggunaan tidak signifikan, melainkan dimediasi oleh sikap pengguna, hal ini menunjukkan pentingnya pemahaman terhadap aspek afektif dalam adopsi teknologi, khususnya pada generasi yang memiliki kedekatan tinggi dengan dunia digital seperti generasi Z.

Penelitian ini juga memperkuat argumen bahwa *attitude* memiliki peran sentral sebagai jembatan antara persepsi awal terhadap suatu sistem

dengan keputusan pengguna dalam memanfaatkannya secara berkelanjutan. Penemuan ini menambah literatur yang sebelumnya belum banyak mengeksplorasi peran mediasi sikap secara empiris dalam konteks layanan hiburan digital. Dengan kata lain, meskipun layanan seperti Netflix telah menawarkan manfaat dan kemudahan teknis, sikap pengguna tetap menjadi faktor penentu utama dalam membentuk loyalitas dan keberlanjutan penggunaan.

Studi ini juga menyoroti relevansi model TAM dalam situasi aktual yang dinamis, di mana generasi Z tidak hanya mempertimbangkan aspek fungsional dari teknologi, tetapi juga membentuk keputusan berdasarkan persepsi pribadi, pengalaman emosional, dan kenyamanan dalam penggunaan sehari-hari.

5.2.2 Manfaat Praktis

Temuan dari penelitian ini memberikan panduan penting bagi pengembang platform streaming seperti Netflix dalam menyusun strategi layanan dan pemasaran berbasis pengalaman pengguna. Karena sikap pengguna terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan, maka Netflix perlu memprioritaskan penciptaan pengalaman positif yang mampu memperkuat persepsi pengguna secara afektif. Strategi yang dapat dilakukan antara lain adalah meningkatkan antarmuka pengguna yang ramah dan intuitif, menyajikan konten yang sesuai preferensi personal (melalui

algoritma rekomendasi), serta memperkuat interaksi emosional melalui fitur-fitur seperti daftar tontonan personal, *review* komunitas, atau notifikasi konten terbaru yang sesuai minat.

Selain itu, meskipun *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* tidak menunjukkan pengaruh langsung terhadap niat menggunakan, kedua aspek ini tetap menjadi fondasi penting untuk mempertahankan kepuasan pengguna. Netflix disarankan untuk terus menyempurnakan kemudahan navigasi, mengurangi hambatan teknis seperti buffering atau error, serta menghadirkan fitur yang meningkatkan persepsi manfaat—misalnya, fitur multi-screen, subtitle otomatis, atau mode offline.

Penelitian ini juga memberikan referensi praktis bagi manajer dalam memanfaatkan data penggunaan dan umpan balik pelanggan sebagai bahan evaluasi kualitas layanan secara berkala. Dengan memahami bagaimana persepsi kegunaan dan kemudahan dapat membentuk sikap positif terhadap layanan, perusahaan dapat merancang kebijakan retensi pengguna yang lebih efektif, seperti program loyalitas, kampanye personalisasi, atau penawaran eksklusif berbasis kebiasaan menonton

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya. Tantangan utama terletak pada distribusi responden yang tidak sepenuhnya merata, khususnya dalam

hal usia, domisili, dan latar belakang sosial lainnya. Meskipun penelitian ini difokuskan pada Generasi Z, ketimpangan jumlah responden antar wilayah seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Yogyakarta menyebabkan variasi representasi yang kurang seimbang, hal ini berpotensi memengaruhi hasil generalisasi penelitian terhadap seluruh populasi generasi Z di Indonesia.

Keterbatasan lainnya adalah ruang lingkup variabel yang digunakan dalam penelitian. Studi ini hanya meneliti pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *intention to use* melalui *attitude toward using*, sebagaimana dirumuskan dalam kerangka dasar *Technology Acceptance Model (TAM)*. Padahal, dalam praktiknya, niat untuk menggunakan layanan streaming seperti Netflix bisa saja dipengaruhi oleh faktor eksternal lainnya seperti social *influence, trust, perceived enjoyment*, hingga kualitas konten. Dengan tidak dilibatkannya variabel eksternal tersebut, hasil penelitian ini belum mampu menangkap keseluruhan faktor yang mungkin berperan dalam membentuk perilaku pengguna.

Selain itu, penelitian ini berfokus hanya pada *intention to use*, sehingga belum mengevaluasi apakah niat tersebut benar-benar berlanjut pada perilaku penggunaan aktual maupun loyalitas jangka panjang terhadap layanan. Hal ini membuat studi ini belum dapat menunjukkan seberapa kuat hubungan antara sikap dan intensi terhadap perilaku nyata seperti frekuensi menonton, pembaharuan langganan, atau rekomendasi kepada pengguna lain. Penelitian ini juga tidak menyertakan dimensi

temporal, sehingga tidak dapat menjawab apakah persepsi dan niat tersebut bersifat berkelanjutan.

Terakhir, pembatasan subjek penelitian pada generasi Z juga merupakan keterbatasan tersendiri. Layanan *streaming* seperti Netflix digunakan oleh berbagai kelompok usia di luar generasi Z, seperti generasi Y maupun generasi Alpha. Masing-masing generasi memiliki karakteristik adopsi teknologi yang berbeda. Hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan untuk populasi pengguna layanan streaming secara keseluruhan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan responden dari rentang usia yang lebih luas, agar mampu menggambarkan dinamika penerimaan teknologi secara lebih komprehensif dan lintas generasi

5.4 Rekomendasi Penelitian ke Depan

Saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini ditujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa dengan pendekatan yang lebih luas dan relevan terhadap perkembangan teknologi digital terkini. Salah satu rekomendasi utama adalah untuk memperbarui dan memperluas objek penelitian. Jika studi ini berfokus pada layanan *streaming* Netflix, maka penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi layanan hiburan digital lain yang tengah berkembang, seperti Disney+, Amazon Prime, Vidio, atau bahkan platform lokal seperti Vision+. Pemilihan objek yang lebih variatif dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang perbedaan perilaku pengguna lintas platform dan preferensi mereka terhadap konten, fitur, dan teknologi yang ditawarkan.

Rekomendasi lainnya adalah memperluas subjek penelitian dengan melibatkan kelompok usia yang lebih beragam, tidak hanya terbatas pada generasi Z. Meskipun generasi Z merupakan kelompok yang sangat dekat dengan teknologi, layanan *streaming* saat ini juga digunakan secara aktif oleh Generasi Y dan bahkan generasi Alpha. Setiap kelompok usia memiliki karakteristik perilaku, preferensi media, dan daya adopsi teknologi yang berbeda. Dengan melibatkan lebih banyak segmentasi pengguna, hasil penelitian akan menjadi lebih representatif dan bermanfaat untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih inklusif dan personal.

Penelitian ini menggunakan model *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai dasar teoretis untuk menguji pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *attitude toward using* terhadap *intention to use*. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti mempertimbangkan penggunaan teori yang lebih kompleks, seperti *Theory of Planned Behavior (TPB)*, guna memahami peran norma sosial dan kontrol perilaku yang dirasakan dalam membentuk niat penggunaan. Penerapan TPB akan memperluas sudut pandang analisis dengan mempertimbangkan faktor psikologis dan sosial, seperti pengaruh lingkungan, persepsi terhadap hambatan, serta keinginan kolektif dalam mengadopsi layanan digital.

Dari sisi praktis dan industri, penelitian selanjutnya juga dapat menjajaki arah pengembangan fitur layanan streaming berbasis kecerdasan buatan (AI), seperti sistem rekomendasi yang lebih personal, kontrol suara, atau analisis preferensi

menonton secara *real-time*. Inovasi ini akan meningkatkan *perceived usefulness* sekaligus memperkuat pengalaman pengguna. Selain itu, studi juga bisa mengeksplorasi bagaimana integrasi layanan streaming dengan teknologi lainnya (misalnya integrasi dengan platform media sosial atau sistem dompet digital) dapat memengaruhi niat pengguna dalam jangka panjang.

Sebagai tambahan, pendekatan pemasaran juga bisa menjadi objek kajian yang menarik. Penelitian mendatang dapat melihat bagaimana pengaruh endorsement figur publik atau kampanye digital dengan *influencer* berpengaruh, seperti *content creator* TikTok atau selebriti muda, dapat meningkatkan *attitude toward using* dan *intention to use*. Strategi ini dinilai sangat relevan untuk menjangkau generasi Z yang sangat responsif terhadap gaya hidup digital dan konten yang *relatable*. Dengan memperluas pendekatan, subjek, teori, dan inovasi dalam layanan digital, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan wawasan yang lebih kaya dan aplikatif, baik untuk pengembangan ilmu pengetahuan maupun strategi bisnis di industri hiburan digital.

.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmed, A., Chin, J., & Davis, F. D. (2011). Investigating students' attitude and intention to use social software in higher institutions of learning in Malaysia.

Al Hadid, I., Abu-taieh, E., Alkhawaldeh, R. S., & Khwaldeh, S. (2022). Predictors for E-Government Adoption of SANAD App Services.

Al, H., et al. (2023). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, *30*(1). https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813

Anam, M., Sarea, A., & Emirat, U. (2022). Peran moderasi gamifikasi terhadap niat penggunaan aplikasi pembayaran seluler di Bahrain: pendekatan terpadu. *PSU Research Review.* https://doi.org/10.1108/PRR-06-2022-0074

Azizi. (2024, Februari 5). Wow! 87 Persen Pengguna Internet di Indonesia Adalah Generasi Z. *Konsumenesia*. https://konsumenesia.id/news/wow-87-persen-pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-oleh-generasi-z-2024025722

Azka. (2021). 5 Alasan Layanan Streaming Film Lebih Disukai daripada Bioskop. *IDN Times*. https://www.idntimes.com/life/inspiration/zana-2/alasan-layanan-streaming-film-lebih-disukai-daripada-bioskop-c1c2

Bagozzi, R. P. (2007). The legacy of the Technology Acceptance Model and a proposal for a paradigm shift. *Journal of the Association for Information Systems, 8*(4). https://doi.org/10.17705/1jais.00122

Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business research methods* (4th ed.). Oxford University Press.

Camilleri, M. A., & Camilleri, A. C. (2019). The students' readiness to engage with mobile learning apps. *Information Technology & Systems in Education*. https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2019-0027

Chen, C., & Tsai, J. (2017). Determinants of behavioral intention to use the personalized location-based mobile tourism application: An empirical study by integrating TAM with ISSM. *Future Generation Computer Systems, 72*, 17–28. https://doi.org/10.1016/j.future.2017.02.028

Chen, L., Gillenson, M. L., & Sherrell, D. L. (2002). Enticing online consumers: An extended technology acceptance perspective. *Information & Management, 39*(8), 705–719.

Chin, W. W., & Newsted, P. R. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates.

Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Davis, F. D. (1985). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results* [Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology].

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340.

Dörr, J., Wagner, D. T., & Hess, P. T. (2010). Music as a service as an alternative to music piracy? An empirical investigation of the intention to use music. *Business & Information Systems Engineering, 5*(3), 177–186. https://doi.org/10.1007/s12599-013-0294-0

Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly, 27*(1), 51–90.

Gefen, D., Straub, D. W., & Boudreau, M.-C. (2000). Structural equation modeling and regression: Guidelines for research practice. *Communications of the Association for Information Systems, 4*, 1–77.

Guritno, S., & Siringoringo, H. (2013). Perceived usefulness, ease of use, and attitude towards online shopping usefulness towards online airlines ticket purchase. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 81*, 212–216. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.415

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.

Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research, 109*, 101–110. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2021). *Classroom companion: Business – Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7

Harryanto, Muchran, M., & Ahmar, A. S. (2018). Application of TAM model to the use of information technology. *International Journal of Engineering and Technology (UAE), 7*(2.9), 37–40.

Helmi, S., W, R. S., & Pranata, A. (2024). The effects of perceived ease of use, perceived usefulness, attitude, and trust on fintech adoption in MSMEs. In *Proceedings of ICoMB 2023*. Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-402-0

IDN Research Institute. (2024). *Indonesia Gen Z Report 2024*. https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf

Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford Press.

Kurniawan, I. A., Mugiono, M., & Wijayanti, R. (2022). The effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and social influence toward intention to use mediated by trust. *Jurnal Aplikasi Manajemen, 20*(1). https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.01.12

Liu, H., Liu, W., Yoganathan, V., & Osburg, V. (2020). COVID-19 information overload and Generation Z's social media discontinuance intention during the pandemic lockdown. *Technological Forecasting and Social Change, 166*, 120600.

Liu, I., Chang, M., Sun, Y. S., Wible, D., & Kuo, C. (2010). Extending the TAM model to explore the factors that affect intention to use an online learning community. *Computers & Education, 54*(2), 600–610. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.09.009

Mathieson, K., Peacock, E., & Chin, W. W. (2001). Extending the technology acceptance model: The influence of perceived user resources. *Database for*

Advances in Information Systems, 32(3), 86–112. https://doi.org/10.1145/506724.506730

Mutiara, C. (2023). Survei: Disney+ Hotstar jadi aplikasi streaming berbayar terlaris di Indonesia. *Databoks.com*. https://databoks.katadata.co.id/...

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.

Nurindahsari, F., & Parga Zen, B. (2022). Analisis statik keamanan aplikasi video streaming berbasis Android menggunakan Mobile Security Framework (MobSF). *Cyber Security dan Forensik Digital, 4*(2). https://doi.org/10.14421/csecurity.2021.4.2.3373

Park, S. Y. (2009). An analysis of the technology acceptance model in understanding university students' behavioral intention to use e-learning. *Educational Technology & Society, 12*(3), 150–162.

Portz, J. D., Bayliss, E. A., Bull, S., Boxer, R. S., Bekelman, D. B., Gleason, K., & Czaja, S. (2019). Using the Technology Acceptance Model to explore user experience, intent to use, and use behavior of a patient portal among older adults. *JMIR Human Factors, 6*(1), e11604. https://doi.org/10.2196/11604

Rahmawati, R. N. (2019). Intention to use e-learning: Aplikasi technology acceptance model (TAM). *Jurnal Pendidikan, 3*, 260–269.

Regita, A., Santoso, T., & Fakultas Bisnis. (2020). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness dan attitude towards using terhadap behavioral intention to use pada aplikasi OVO. *Jurnal Ilmu Manajemen, 8*(1).

Reza Phalevi. (2021). Layanan streaming film jadi konten berbayar favorit pengguna internet. *Databoks.com*. https://databoks.katadata.co.id/...

Sari, W. P. (2020). The perception of Generation Z towards corporate social responsibility plus scholarship program of PT Djarum Indonesia. In *Proceedings of TICASh 2020* (pp. 391–395).

Shafina, G. (2023). Jumlah pelanggan layanan streaming Indonesia kian meningkat. *Goodstats.id*. https://data.goodstats.id/...

Sidik. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu.

Sinkovics, R. R., & Ghauri, P. N. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing, 20*, 277–319. https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suh, B., & Han, I. (2002). Effect of trust on customer acceptance of Internet banking. *Electronic Commerce Research and Applications, 1*, 247–263.

Teo, T. (2009). The impact of subjective norm and facilitating conditions on pre-service teachers' attitude toward computer use: A structural equation modeling approach. *Educational Technology & Society, 12*(2), 89–103. https://doi.org/10.2190/EC.40.1.d

Venkatesh, V. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences, 39*(2), 273–315.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test. *Decision Sciences, 27*(3), 451–481.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly, 27*(3), 425–478.

Weng, F., Yang, R., Ho, H., & Su, H. (2018). A TAM-based study of the attitude toward use intention of multimedia among school teachers. *Applied System Innovation, 1*(3), 36. https://doi.org/10.3390/asi1030036

LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Pengisian Kusioner Penelitian Utama

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan, saya Moch Setyo Alen Cahyo, mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian sebagai bagian dari tugas akhir (skripsi) dengan judul "Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* untuk Mengoptimalkan *Intention to Use* Melalui *Attitude Toward Using* Menggunakan *Technology Acceptance Mode*l (TAM) Terhadap Konsumen Layanan Platform *Streaming* Film *Online* Netflix pada generasi Z".

Dengan ini, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner berikut secara sukarela. Seluruh data dan identitas yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan hanya untuk keperluan akademik. Atas partisipasi dan kesediaan Anda, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

PERTANYAAN

Deomgrafi Responden

No	Pernyataan		
1	Nama		
2	Jenis Kelamin	1	Laki-laki
		2	Perempuan
3	Usia	1	< 20 tahun
		2	20-25 tahun
		3	26-30 tahun
4	Pendidikan Terakhir	1	SD-SMP atau sederajat
		2	SMA atau sederajat
		3	Diploma/Sarjana
		4	Magister
5	Domisil	1	Jakarta
		2	Bandung
		3	Surabaya
		4	Yogyakarta
6	Pekerjaan saat ini	1	Pelajar/Mahasiswa
		2	Wiraswasta

		3	PNS/POLRI/TNI
		4	Lainya
7	Platform Streaming Film Online yang digunakan Selain Netflix	1	Video
		2	Disney Hotstar
		3	Viu
		4	lainnya

Kriteria Penelitian/Objek Penelitian

No	**Pernyataan**	
1	Apakah Anda termasuk dalam rentang usia 12–27 tahun (Generasi Z)?	Ya
		Tidak
2	Saya mengetahui platform streaming film onlline Netflix.	Ya
		Tidak
3	Apakah anda menonton Netflix dalam sebulan terakhir?	YA
		Tidak

Variabel Penelitian

No	**Pernyataan**	**Skor**

		STS	TS	ATS	AS	S	SS
Perceived usefulness Sejauh mana Anda merasa bahwa menggunakan platform *streaming* film online membantu Anda menyelesaikan kebutuhan hiburan Anda secara lebih cepat, lebih praktis, atau lebih efektif.							
1	Platform streaming Netflix mendorong saya dalam mencari hiburan atau informasi.						
2	Platform streaming Netflix berperan penting dalam memenuhi kebutuhan hiburan saya.						
3	Penggunaan platform streaming Netflix membuat kegiatan menonton film menjadi lebih mudah.						
4	Saya merasa platform streaming Netflix berguna untuk memenuhi kebutuhan hiburan saya.						
No	**Pernyataan**	**Skor**					
		STS	**TS**	**ATS**	**AS**	**S**	**SS**
Perceived ease of use							

Sejauh mana Anda merasa bahwa menggunakan platform *streaming* film online tersebut mudah dipahami, mudah dioperasikan, dan tidak menyulitkan.							
1	Saya merasa mudah mempelajari penggunakan platform *streaming* Netflix.						
2	Saya merasa mudah saat mencari film atau serial di platform Netflix.						
3	Saya mudah mengingat bagaimana menggunakan fitur-fitur pada platform Netflix.						
4	Saya merasa platform *streaming* Netflix mudah digunakan						
No	**Pernyataan**	**Skor**					
		STS	**TS**	**ATS**	**AS**	**S**	**SS**
Attitude towards using Sejauh mana Anda memiliki perasaan positif atau pandangan baik terhadap penggunaan platform streaming film online tersebut.							
1	Menggunakan platform *streaming* film *online* Netflix adalah ide yang baik						

2	Keuntungan menggunakan platform *streaming* film Netflix lebih besar daripada kerugiannya.						
3	Menggunakan platform *streaming* film Netflix adalah kegiatan positif						
4	Menggunakan Netflix merupakan pilihan yang lebih nyaman dibanding menonton di bioskop						
No	**Pernyataan**	**Skor**					
		STS	**TS**	**ATS**	**AS**	**S**	**SS**
Intention to use Sejauh mana Anda memiliki keinginan atau rencana untuk terus menggunakan platform *streaming* film online di masa depan.							
1	Saya yakin akan terus menggunakan Netflix di masa mendatang						
2	Saya berniat berniat menjadikan Netflix sebagai platform utama untuk menonton film atau serial.						
3	Saya tertarik untuk terus menjelajahi konten yang ditawarkan Netflix.						

Lampiran 2 Pilot Test

Uji Validitas Pilot Test

Perceived Usefullness

Correlations

		PU1	PU2	PU3	PU4	PU_TOTAL
PU1	Pearson Correlation	1	.791**	.809**	.736**	.923**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30
PU2	Pearson Correlation	.791**	1	.758**	.732**	.914**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30
PU3	Pearson Correlation	.809**	.758**	1	.686**	.897**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30

PU4	Pearson Correlation	.736**	.732**	.686**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	30	30	30	30	30
PU_TOTAL	Pearson Correlation	.923**	.914**	.897**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Perceived Ease Of Use

Correlations

		PEOU1	PEOU2	PEOU3	PEOU4	PEOU_TOTAL
PEOU1	Pearson Correlation	1	.913**	.703**	.802**	.922**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30

PEOU2	Pearson Correlation	.913**	1	.797**	.853**	.962**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30
PEOU3	Pearson Correlation	.703**	.797**	1	.778**	.888**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30
PEOU4	Pearson Correlation	.802**	.853**	.778**	1	.928**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	30	30	30	30	30
PEOU_TOTAL	Pearson Correlation	.922**	.962**	.888**	.928**	1

	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Atitude Towards Using

Correlations

		ATU1	ATU2	ATU3	ATU4	TOTAL_ATU
ATU1	Pearson Correlation	1	.676**	.812**	.749**	.887**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30
ATU2	Pearson Correlation	.676**	1	.675**	.790**	.892**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30

ATU3	Pearson Correlation	.812**	.675**	1	.706**	.889**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30
ATU4	Pearson Correlation	.749**	.790**	.706**	1	.909**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	30	30	30	30	30
TOTAL_ATU	Pearson Correlation	.887**	.892**	.889**	.909**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Intention to Use

Correlations

	ITU1	ITU2	ITU3	TOTAL_ITU

ITU1	Pearson Correlation	1	.808**	.709**	.920**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30
ITU2	Pearson Correlation	.808**	1	.802**	.947**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	30	30	30	30
ITU3	Pearson Correlation	.709**	.802**	1	.896**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	30	30	30	30
TOTAL_ITU	Pearson Correlation	.920**	.947**	.896**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabellitas Pilot Test

Perceived Usefulness

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	4

Perceived Ease Of Use

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	4

Attiude Towards Using\

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	4

Intention To Use

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	3

Lampiran 3 Olah Data Smart PLS

Output SmartPLS 4

Outer Loading

	ATU	ITU	POU	PU
ATU1	0,804			
ATU2	0,887			
ATU3	0,814			
ATU4	0,771			
ITU1		0,867		
ITU2		0,870		
ITU3		0,827		
POU1			0,807	
POU2			0,861	
POU3			0,893	
POU4			0,834	
PU1				0,776
PU2				0,895
PU3				0,834
PU4				0,749

Korelasi Indokator

Case index	ATU1	ATU2	ATU3	ATU4	ITU1	ITU2	ITU3	POU1	POU2	POU3	POU4	PU1	PU2	PU3	PU4
0	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,022	0,036	-0,057	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
1	1,769	0,432	-0,935	-1,421	-0,271	-0,399	0,666	0,661	0,663	-0,582	-0,493	-0,875	0,245	0,298	0,211
2	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	0,647	0,522	-1,170	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
3	-0,714	-0,402	1,054	0,252	-0,104	-0,373	0,472	0,911	-0,293	-0,306	-0,235	0,115	0,054	0,044	-0,188
4	0,224	0,236	0,243	-0,723	0,022	0,036	-0,057	-0,925	0,241	0,271	0,320	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
5	0,473	-0,799	0,689	-0,092	0,355	0,087	-0,446	-1,527	0,870	0,923	-0,292	0,451	0,441	-0,914	0,136
6	-0,781	-0,674	0,791	0,885	-0,104	-0,373	0,472	0,911	-0,293	-0,306	-0,235	-0,540	0,632	-0,660	0,535
7	0,224	0,236	0,243	-0,723	-0,271	-0,399	0,666	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,875	0,245	0,298	0,211
8	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	0,355	0,087	-0,446	-2,122	1,507	0,292	0,324	0,103	0,040	-1,288	1,155
9	0,061	0,255	-1,098	0,603	0,188	0,061	-0,252	0,329	0,308	0,340	-0,837	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
10	0,764	-0,478	-0,387	0,186	-0,396	-0,808	1,196	-0,342	-0,359	-0,375	0,922	0,682	0,760	-0,541	-0,713
11	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	-0,960	-0,036	1,011	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
12	1,769	0,432	-0,935	-1,421	0,585	-0,736	0,127	-0,944	0,270	0,276	0,309	0,087	-1,312	1,333	-0,214
13	0,224	0,236	0,243	-0,723	0,188	0,061	-0,252	0,252	-0,995	0,256	0,305	0,115	0,054	0,044	-0,188
14	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,022	0,036	-0,057	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
15	-0,490	-0,354	-0,285	1,163	-0,271	-0,399	0,666	-0,675	-0,714	0,547	0,578	0,307	-1,007	0,374	0,279
16	0,733	-0,512	0,953	-0,932	0,355	0,087	-0,446	-0,695	-0,686	0,552	0,567	0,232	0,135	0,044	-0,358
17	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	-0,104	-0,373	0,472	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,115	0,054	0,044	-0,188
18	0,224	0,236	0,243	-0,723	0,022	0,036	-0,057	-1,603	-0,433	0,839	0,850	1,106	-0,137	-0,210	-0,586
19	-0,962	0,633	0,607	-0,378	0,419	-0,762	0,321	-0,093	-1,315	-0,099	1,179	0,451	0,441	-0,914	0,136
20	-0,521	-0,387	1,055	0,045	0,585	-0,736	0,127	0,911	-0,293	-0,306	-0,235	-1,094	-0,060	1,257	-0,283
21	0,515	0,557	-0,833	-0,444	0,419	-0,762	0,321	-0,695	-0,686	0,552	0,567	0,347	0,373	0,417	-1,037
22	0,406	-1,071	0,427	0,540	0,878	-0,302	-0,597	-0,675	-0,714	0,547	0,578	-0,528	0,646	0,672	-0,808
23	-0,671	0,953	-0,469	-0,100	0,022	0,036	-0,057	0,336	0,315	-0,942	0,391	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
24	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	0,188	0,061	-0,252	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,115	0,054	0,044	-0,188
25	-0,781	-0,674	0,791	0,885	-0,104	-0,373	0,472	0,329	0,308	0,340	-0,837	-0,232	-0,347	-0,330	0,831
26	0,212	-1,086	0,426	0,747	-1,190	0,787	0,438	0,635	0,684	0,705	-1,732	0,811	0,856	0,792	-2,225
27	1,248	-0,142	-1,462	0,258	-0,271	-0,399	0,666	-1,270	-0,078	-0,084	1,194	-0,747	0,341	1,630	-1,302
28	0,957	-0,463	-0,386	-0,021	-0,668	0,399	0,288	-0,342	-0,359	-0,375	0,922	0,990	-0,219	-0,210	-0,416
29	0,031	0,221	0,242	-0,516	0,585	-0,736	0,127	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,115	0,054	0,044	-0,188
30	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,022	0,036	-0,057	-0,056	0,045	-0,005	0,017	-0,696	-0,986	-1,077	2,529
31	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,022	0,036	-0,057	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
32	-0,781	-0,674	0,791	0,885	0,022	0,036	-0,057	0,329	0,308	0,340	-0,837	0,347	0,373	0,417	-1,037
33	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,022	0,036	-0,057	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
34	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,022	0,036	-0,057	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
35	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	-0,271	-0,399	0,666	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	-0,232	-0,347	-0,330	0,831
36	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	0,188	0,061	-0,252	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,115	0,054	0,044	-0,188
37	0,255	0,269	-1,097	0,395	-0,209	0,859	-0,630	0,904	-0,300	0,976	-1,464	0,682	0,760	-0,541	-0,713
38	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	-0,104	-0,373	0,472	0,329	0,308	0,340	-0,837	-0,759	0,327	0,298	0,041
39	0,031	0,221	0,242	-0,516	0,188	0,061	-0,252	-0,036	0,017	-0,010	0,027	-0,568	-0,734	0,628	0,508
40	0,031	0,221	0,242	-0,516	0,355	0,087	-0,446	-0,944	0,270	0,276	0,309	0,115	0,054	0,044	-0,188
41	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	0,188	0,061	-0,252	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	-0,232	-0,347	-0,330	0,831
42	0,957	-0,463	-0,386	-0,021	-0,793	-0,011	0,817	-0,599	0,589	0,632	-0,565	0,990	-0,219	-0,210	-0,416
43	-0,671	0,953	-0,469	-0,100	0,419	-0,762	0,321	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
44	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,022	0,036	-0,057	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
45	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,355	0,087	-0,446	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-4,373	1,336	1,315	1,124
46	0,503	-0,765	-0,651	1,026	0,188	0,061	-0,252	0,661	0,663	-0,582	-0,493	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
47	0,224	0,236	0,243	-0,723	0,188	0,061	-0,252	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
48	-1,968	-0,278	1,155	1,230	0,878	-0,302	-0,597	-0,100	-1,322	1,183	-0,049	-0,568	-0,734	0,628	0,508
49	0,697	-0,750	-0,650	0,819	-0,501	0,424	0,093	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	-0,875	0,245	0,298	0,211
50	0,224	0,236	0,243	-0,723	-0,960	-0,036	1,011	1,153	-1,256	1,252	-1,206	0,335	0,359	-0,915	0,306
51	0,515	0,557	-0,833	-0,444	-0,501	0,424	0,093	0,585	-0,640	-0,667	0,649	0,115	0,054	0,044	-0,188
52	0,406	-1,071	0,427	0,540	0,647	0,522	-1,170	-0,944	0,270	0,276	0,309	0,335	0,359	-0,915	0,306
53	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	-0,501	0,424	0,093	0,642	0,691	-0,577	-0,503	-0,875	0,245	0,298	0,211
54	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,878	-0,302	-0,597	0,585	-0,640	-0,667	0,649	0,642	-0,620	-0,584	0,603
55	0,031	0,221	0,242	-0,516	0,188	0,061	-0,252	-0,036	0,017	-0,010	0,027	-0,568	-0,734	0,628	0,508
56	-0,932	0,666	-0,733	0,740	0,188	0,061	-0,252	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,115	0,054	0,044	-0,188
57	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,022	0,036	-0,057	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
58	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	0,063	-0,348	0,278	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,115	0,054	0,044	-0,188
59	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	-0,271	-0,399	0,666	-0,925	0,241	0,271	0,320	0,115	0,054	0,044	-0,188
60	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,022	0,036	-0,057	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
61	0,031	0,221	0,242	-0,516	-0,271	-0,399	0,666	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	-0,232	-0,347	-0,330	0,831
62	0,224	0,236	0,243	-0,723	0,188	0,061	-0,252	0,329	0,308	0,340	-0,837	0,654	-0,606	0,748	-0,740
63	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	0,188	0,061	-0,252	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,115	0,054	0,044	-0,188
64	0,061	0,255	-1,098	0,603	-0,104	-0,373	0,472	0,316	0,344	-0,938	0,381	0,335	0,359	-0,915	0,306
65	0,061	0,255	-1,098	0,603	0,188	0,061	-0,252	-0,925	0,241	0,271	0,320	1,106	-0,137	-0,210	-0,586
66	0,031	0,221	0,242	-0,516	0,188	0,061	-0,252	-0,695	-0,686	0,552	0,567	-0,991	0,007	-0,075	0,890
67	-0,810	-0,111	-0,025	0,946	0,688	0,138	-0,835	-0,075	0,074	0,000	0,006	-0,411	0,571	0,299	-0,469
68	-0,714	-0,402	1,054	0,252	0,063	-0,348	0,278	0,309	0,336	0,345	-0,847	0,115	0,054	0,044	-0,188
69	0,000	0,187	1,582	-1,634	-0,563	-0,834	1,390	-0,888	1,601	0,366	-0,843	0,695	0,774	0,791	-2,056
70	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	0,126	-1,197	1,045	0,329	0,308	0,340	-0,837	0,103	0,040	-1,288	1,155
71	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	1,734	-0,639	-1,136	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
72	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,293	-1,171	0,851	0,661	0,663	-0,582	-0,493	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
73	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	-0,396	-0,808	1,196	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,115	0,054	0,044	-0,188
74	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	0,188	0,061	-0,252	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,463	0,455	0,418	-1,207
75	1,067	1,165	-1,646	-1,005	-0,104	-0,373	0,472	-0,925	0,241	0,271	0,320	0,115	0,054	0,044	-0,188
76	1,217	-0,176	-0,122	-0,861	-0,501	0,424	0,093	-0,355	-0,323	-1,653	2,140	-0,643	0,408	0,299	-0,129
77	0,291	0,508	0,506	-1,355	-0,334	0,450	-0,101	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,115	0,054	0,044	-0,188
78	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	-0,501	0,424	0,093	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,115	0,054	0,044	-0,188
79	-0,962	0,633	0,607	-0,378	-0,501	0,424	0,093	0,661	0,663	-0,582	-0,493	0,642	-0,620	-0,584	0,603
80	0,224	0,236	0,243	-0,723	0,188	0,061	-0,252	-0,266	0,944	-0,291	-0,221	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
81	0,031	0,221	0,242	-0,516	0,188	0,061	-0,252	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,115	0,054	0,044	-0,188
82	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	-0,104	-0,373	0,472	0,661	0,663	-0,582	-0,493	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
83	0,552	0,795	0,770	-2,195	-0,501	0,424	0,093	0,891	-0,264	-0,302	-0,246	0,115	0,054	0,044	-0,188
84	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	-0,501	0,424	0,093	-0,342	-0,359	-0,375	0,922	0,335	0,359	-0,915	0,306
85	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	0,188	0,061	-0,252	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,115	0,054	0,044	-0,188
86	0,406	-1,071	0,427	0,540	0,647	0,522	-1,170	-0,944	0,270	0,276	0,309	0,335	0,359	-0,915	0,306
87	0,515	0,557	-0,833	-0,444	-0,668	0,399	0,288	0,233	-0,967	0,261	0,295	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
88	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	-0,501	0,424	0,093	0,316	0,344	-0,938	0,381	-0,875	0,245	0,298	0,211
89	0,515	0,557	-0,833	-0,444	-0,501	0,424	0,093	0,661	0,663	-0,582	-0,493	-0,220	-0,333	1,002	-0,511
90	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	-0,209	0,859	-0,630	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,347	0,373	0,417	-1,037
91	0,031	0,221	0,242	-0,516	-0,439	1,682	-1,203	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	1,030	1,161	-0,167	-1,732
92	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	0,355	0,087	-0,446	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,451	0,441	-0,914	0,136
93	0,322	0,542	-0,834	-0,237	0,647	0,522	-1,170	0,891	-0,264	-0,302	-0,246	0,115	0,054	0,044	-0,188
94	-0,230	-0,066	-0,022	0,324	0,188	0,061	-0,252	-0,017	-0,011	-0,015	0,037	0,115	0,054	0,044	-0,188
95	0,957	-0,463	-0,386	-0,021	0,647	0,522	-1,170	-0,036	0,017	-0,010	0,027	0,115	0,054	0,044	-0,188
96	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	1,441	-1,074	-0,412	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
97	0,031	0,221	0,242	-0,516	0,355	0,087	-0,446	0,891	-0,264	-0,302	-0,246	0,758	-0,538	-0,584	0,433
98	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,022	0,036	-0,057	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
99	0,515	0,557	-0,833	-0,444	-0,439	1,682	-1,203	0,309	0,336	0,345	-0,847	0,758	-0,538	-0,584	0,433
100	0,322	0,542	-0,834	-0,237	0,188	0,061	-0,252	0,566	-0,612	-0,662	0,639	0,682	0,760	-0,541	-0,713
101	0,322	0,542	-0,834	-0,237	-0,104	-0,373	0,472	-0,036	0,017	-0,010	0,027	0,115	0,054	0,044	-0,188
102	1,399	-1,483	0,061	0,402	-1,086	-0,445	1,541	-0,369	-0,338	0,912	-0,317	0,990	-0,219	-0,210	-0,416
103	-0,781	-0,674	0,791	0,885	-0,732	1,247	-0,480	-0,036	0,017	-0,010	0,027	0,103	0,040	-1,288	1,155
104	-0,781	-0,674	0,791	0,885	-1,190	0,787	0,438	-0,036	0,017	-0,010	0,027	0,103	0,040	-1,288	1,155
105	0,224	0,236	0,243	-0,723	-1,190	0,787	0,438	0,661	0,663	-0,582	-0,493	-0,001	-0,028	0,044	-0,018
106	-0,781	-0,674	0,791	0,885	-0,501	0,424	0,093	0,482	-1,923	0,537	0,553	0,463	0,455	0,418	-1,207
107	-0,036	-0,051	-0,021	0,116	0,878	-0,302	-0,597	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-0,799	-1,053	0,255	1,357
108	-1,677	0,043	0,079	1,508	0,022	0,036	-0,057	0,003	-0,040	-0,020	0,047	-1,135	-1,440	1,213	1,033
109	-0,702	0,920	0,871	-1,218	-0,104	-0,373	0,472	0,336	0,315	-0,942	0,391	-0,232	-0,347	-0,330	0,831
110	0,061	0,255	-1,098	0,603	-0,271	-0,399	0,666	-1,270	-0,078	-0,084	1,194	-0,452	-0,652	0,629	0,338
111	-1,416	0,331	0,343	0,669	0,188	0,061	-0,252	0,642	0,691	-0,577	-0,503	-0,452	-0,652	0,629	0,338
112	0,582	0,829	-0,571	-1,077	0,355	0,087	-0,446	0,642	0,691	-0,577	-0,503	-0,232	-0,347	-0,330	0,831
113	0,031	0,221	0,242	-0,516	0,355	0,087	-0,446	0,558	-0,619	0,621	-0,590	-0,452	-0,652	0,629	0,338
114	-0,521	-0,387	1,055	0,045	-0,501	0,424	0,093	1,237	0,055	0,054	-1,120	-0,232	-0,347	-0,330	0,831

Hasil Uji Validitas Konvergen dan Reliabilitas

Construct reliability and validity				
Overview				
	nbach's alpha	bility (rho_a)	bility (rho_c)	cted (AVE)
ATU	0,837	0,852	0,891	0,672
ITU	0,815	0,816	0,891	0,731
POU	0,872	0,880	0,912	0,722
PU	0,831	0,833	0,888	0,666

Rata-rata Variabel

Name	Type	Missings	Mean	Median	Scale min	Scale max	Observed min	Observed max	Standard deviation	Excess kurtosis	Skewness	Cramér-von Mises p value
PU1	MET	0	5.183	5.000	1.000	6.000	1.000	6.000	0.900	6.852	-2.039	0.000
PU2	MET	0	5.235	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.750	2.100	-1.046	0.000
PU3	MET	0	5.226	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.758	1.888	-1.014	0.000
PU4	MET	0	5.365	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.738	3.063	-1.364	0.000
PEOU1	MET	0	5.130	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.839	0.825	-0.878	0.000

PEOU2	MET	0	5.130	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.819	0.845	-0.826	0.000
PEOU3	MET	0	5.130	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.775	1.585	-0.914	0.000
PEOU4	MET	0	5.087	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.819	0.972	-0.837	0.000
ATU1	MET	0	5.348	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.647	4.802	-1.271	0.000
ATU2	MET	0	5.270	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.664	3.823	-1.092	0.000
ATU3	MET	0	5.243	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.729	2.026	-0.962	0.000
ATU4	MET	0	4.974	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.918	0.812	-0.904	0.000
ITU1	MET	0	4.652	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.951	-0.234	-0.354	0.000
ITU2	MET	0	4.800	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.836	0.445	-0.600	0.000
ITU3	MET	0	5.061	5.000	2.000	6.000	2.000	6.000	0.738	1.232	-0.625	0.000

Hasil Uji Validitas Diskriminan

Construct reliability and validity				
Overview				
	nbach's alpha	bility (rho_a)	ility (rho_c)	cted (AVE)
ATU	0,837	0,852	0,891	0,672
ITU	0,815	0,816	0,891	0,731
POU	0,872	0,880	0,912	0,722
PU	0,831	0,833	0,888	0,666

Hasil Uji Kolineritas

Collinearity statistics (VIF)	
Outer model - List	
	VIF
ATU1	2,061
ATU2	2,583
ATU3	2,034
ATU4	1,706
ITU1	1,952
ITU2	2,014
ITU3	1,605
POU1	1,948
POU2	2,505
POU3	2,652
POU4	1,926
PU1	1,949
PU2	3,151
PU3	2,120
PU4	1,417

Hasil Uji Determinasu (*R-Square*)

R-square		
Overview		
	R-square	uare adjusted
ATU	0,416	0,405
ITU	0,358	0,340

Hasil Uji Koefisien Jalur

Mean, STDEV, T values, p values					

	Original sample (O)	**Sample mean (M)**	**Standard deviation (STDEV)**	**T statistics (|O/STDEV|)**	**P values**
ATU -> ITU	0,436285	0,420901	0,125214	3,48432	0,000498
PEOU -> ATU	0,365643	0,361799	0,104402	3,502244	0,000465
PEOU -> ITU	0,140615	0,150836	0,113812	1,235504	0,216701
PU -> ATU	0,355568	0,356276	0,105939	3,356362	0,000796
PU -> ITU	0,099728	0,102369	0,106147	0,939532	0,347503

	Original sample (O)	*Sample mean (M)*	*Standard deviation (STDEV)*	*T statistics (|O/STDEV|)*	*P values*
POU -> ATU -> ITU	0,160	0,148	0,056	2,832	0,005
PU -> ATU -> ITU	0,155	0,151	0,067	2,999	0,022

Lampiran 4

Identitas Responden

Jenis Kelamin	**Usia anda**	**Domisili**	**Platform Streaming Film Online yang digunakan selain Netflix**
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Video
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Disney Hotstar
Laki-laki	20-25 tahun	Jakarta	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Video
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Video
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Video
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Video
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Video

Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Video
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Jakarta	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Bandung	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Disney Hotstar
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Disney Hotstar
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Disney Hotstar
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Disney Hotstar
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Disney Hotstar

Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Video
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Surabaya	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Video
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Video
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Video
Perempuan	20-25 tahun	Bandung	Disney Hotstar
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Bandung	Lainya
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Video
Perempuan	20-25 tahun	Bandung	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Bandung	Disney Hotstar
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Viu

Perempuan	20-25 tahun	Bandung	Lainya
Laki-laki	20-25 tahun	Bandung	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Surabaya	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Surabaya	Lainya
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Video
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Lainya
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Surabaya	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Video
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Video

Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Video
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Video
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Video
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Surabaya	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Surabaya	Disney Hotstar
Laki-laki	20-25 tahun	Surabaya	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Surabaya	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Surabaya	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Disney Hotstar
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Lainya
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Lainya
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Lainya
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Lainya
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Lainya

Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Video
Perempuan	20-25 tahun	Yogyakarta	Disney Hotstar
Laki-laki	< 20 tahun	Yogyakarta	Lainya
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Disney Hotstar
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Video
Perempuan	20-25 tahun	Surabaya	Lainya
Perempuan	20-25 tahun	Yogyakarta	Lainya
Perempuan	20-25 tahun	Yogyakarta	Viu
Perempuan	20-25 tahun	Yogyakarta	Disney Hotstar
Perempuan	20-25 tahun	Yogyakarta	Viu
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Video
Laki-laki	20-25 tahun	Yogyakarta	Lainya
Perempuan	20-25 tahun	Yogyakarta	Video