

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 iflix

iflix merupakan sebuah perusahaan penyedia layanan *video streaming* berupa video permintaan berlangganan *video on demand (VOD)* berbayar yang berfokus pada pasar negara berkembang. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2014 di Kuala Lumpur, Malaysia oleh Patrick Grove. Layanan iflix saat ini tersedia di 25 Negara di Asia, Timur Tengah, dan Afrika. Negara yang mencangkup iflix yaitu Malaysia, Indonesia Filipina, Thailand, Sri Lanka, Brunei, Maldives, Pakistan, Vietnam, Myanmar, Saudi Arabia, Jordania, Irak, Kuwait, Bahrain, Lebanon, Mesir, Sudan, Cambodia, Nigeria, Kenya, Ghana, Nepal, Bangladesh, dan Zimbabwe. (iflix, 2017).

“Saat ini iflix jumlah pelanggan iflix sebanyak 6,5 juta pelanggan. Sebagai informasi, pada kuartal I/2018 ini bisa menggaet hingga 4 juta”. Menurut penjelasan Tiara Sugiyono, head of marketing iflix. (kontan.co.id, 2018).



Gambar 1.1 Logo iflix

Sumber: (iflixID, 2018)

Pada tanggal 15 Juni 2016, iflix resmi meluncurkan produknya untuk Indonesia. Oleh karena itu, iflix menjadi negara keempat beroperasi setelah Malaysia, Thailand, dan Filipina menurut Cam Walker yang sebagai CEO iflix. (Setyanti, 2016).

iflix memiliki ribuan konten serial tv maupun film baik itu itu mancanegara maupun local yang dapat ditonton *streaming* ataupun *offline*. Menurut ‘Alexander Siregar, *content manager* iflix Indonesia’ iflix di Indonesia, antusiasme orang menonton film Indonesia begitu tinggi. “Terdapat sekitar 30%

film Indonesia yang menyumbang hampir 70% viewers di iflix. Dari total 25 negara, iflix Indonesia berkontribusi 40% dari jumlah menit dan jumlah pelanggan.” Misi iflix sendiri adalah untuk meningkatkan pengalaman hiburan di Indonesia dengan menayangkan film berkualitas dalam *platform* global. Konten Indonesia memiliki pengaruh yang besar dalam bisnis iflix. Dari top 10 film di iflix hampir 80% adalah film Indonesia. (Hendra, 2018).

Untuk menggunakan iflix, pengguna memerlukan perangkat seperti televisi, *smartphone*, tablet, atau laptop yang dapat pengguna unduh di pasar aplikasi sistem operasi yang pengguna miliki untuk *smartphone* atau tablet seperti *Google Play Store* dan *Apple Store*. (iflix, 2017)



Gambar 1.2 Pengguna iflix di Indonesia

Sumber: liputan6.com (R., 2017)

Menurut reportase liputan6.com Rata-rata pengguna iflix di Indonesia menonton lebih dari 10 juta menit setiap harinya. Dari semua itu, (kebanyakan pengguna menonton iflix adalah dari perangkat *smartphone* sebanyak 60%. iflix Indonesia mencapai 1 juta pelanggan aktif dalam waktu kurang dari 7 bulan beroperasi, menjadikan pasar iflix dengan pertumbuhan tercepat di Asia. (R., 2017).

Saat ini iflix memiliki lima fitur yang dibanggakan yaitu; *Channels* atau saluran, *Playlist* atau daftar putar, *Download and Watch Offline* atau unduh dan

tonton luar jaringan, dan *High Definition* atau video definisi tinggi. Berikut ini merupakan rincian fitur layanan dari iflix:

- a. *Channels* adalah layanan yang diberikan untuk memperlihatkan saluran studio hiburan dan merek hiburan beserta konten genre yang dapat pengguna favoritkan. Layanan ini mencakup rekomendasi berdasarkan preferensi pengguna dan riwayat penayangan oleh pengguna.
- b. *Playlist* adalah layanan yang terdiri dari daftar putar dari berbagai produksi film, serta koleksi berdasarkan suasana pengguna “mood” dan tema yang sedang populer, dan juga daftar putar yang di rekomendasikan lebih dari 50 selebriti terkenal dari Asia Tenggara.
- c. *Download and Watch Offline* adalah layanan yang menawarkan untuk dilihat secara offline kepada penggunanya dmemalui fitur Unduh dan tonton offline dimana pengguna dapat mengunduh konten terlebih dahulu sebelum mereka akan menontonnya secara offline ke perangkatnya tanpa data seluler atau wifi jika ingin menontonnya. Pengguna juga dapat memilih untuk mengunduh preferensubya secara
- d. *High Definition* adalah layanan video berkualitas tinggi yang dapat pengguna tonton dengan perangkat yang mampu memutar video berkualitas tinggi
- e. iflixFREE, iflixVIP and iflix LIVE. Pada April 2018, iflix CEO Mark Britt mengumumkan bahwa mereka beralih dari model berlangganan menjadi dua tingkatan berlangganan sebagai bagian dari perubahannya, iflix menamai iflixFREE, iflixVIP dan iflix LIVE. Tingkatan gratis (iflixFREE) adalah layanan gratis yang didukung iklan yang menampilkan ‘*Movie of the Day*’ yang dikurasi, konten berdurasi premium, episode promosi dan pilot dari serial TV premium dan film, serial TV internasional dan lokal premium untuk tontonan gratis dan konten pemrograman original. Tingkat VIP adalah layanan tanpa iklan, hanya berlangganan yang mencakup akses premium ke ratusan film dan acara TV dari negara-negara lokal dan internasional. Iflix juga

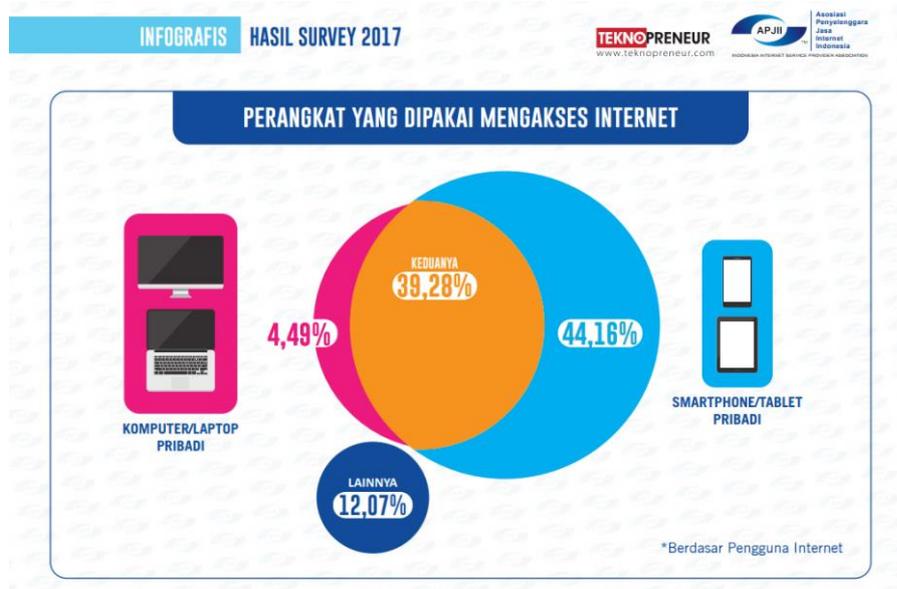
mengumumkan bahwa mereka akan meluncurkan iflix LIVE, pusat siaran langsung yang menampilkan streaming langsung saluran TV lokal dan saluran TV berbayar di kedua tingkat. (iflix, 2017)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Keberadaan pengguna internet di Indonesia menurut survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang telah mengumumkan data survei penetrasi dan perilaku di Indonesia sepanjang 2017 menyatakan bahwa penduduk Indonesia dari total 262 juta jiwa, sebanyak 143,26 juta penduduk diperkirakan telah menggunakan internet, yang sebelumnya pada tahun 2016 di mana penetrasi internet di Indonesia sejumlah 132,7 juta jiwa. (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017).

“Pengguna internet di Indonesia didominasi oleh generasi millennial dan generasi Z; generasi yang lahir di era digital, dimana smartphone dan belanja online sudah menjadi bagian dari keseharian mereka. Brand yang ingin terlibat dengan konsumen yang serba terhubung ini perlu memahami hal apa yang mendorong mereka, dan bagaimana menciptakan pengalaman menarik bagi brand, yang bisa dirasakan baik secara *online* dan *offline*,”. (Yudhianto, 2017).

Komposisi pengguna seluler di Indonesia berdasarkan perangkat yang dipakai akses internet pada tahun 2017 adalah komputer, laptop, smartphone ataupun tablet seperti yang tergambar pada infografis berikut ini.



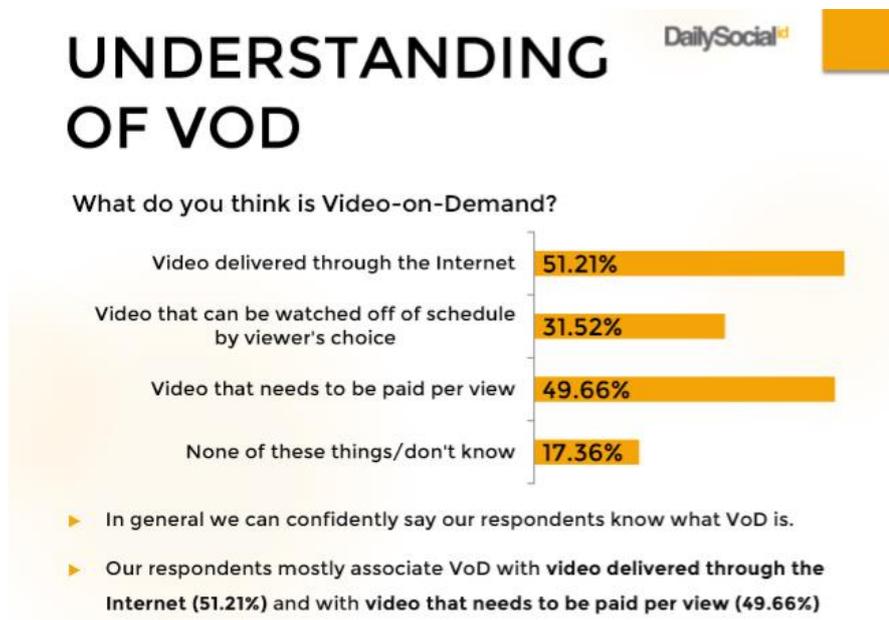
Gambar 1.3 Perangkat yang dipakai Mengakses Internet di Indonesia berdasarkan Tahun 2017

Sumber: (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017)

Survei tahun 2017 menunjukkan bahwa pengguna internet Indonesia lebih berpihak pada penggunaan *smartphone* atau *tablet* sejumlah 44,16%. Sedangkan untuk komputer atau laptop sebesar 4,49%. Untuk keduanya *smartphone* atau *tablet* dan computer atau laptop adalah sebesar 39,28% dan terakhir untuk lainnya sebesar 12,07%. Berdasarkan data pengguna internet dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan penduduk Indonesia lebih banyak menggunakan *smartphone* atau *tablet*-nya sebanyak 44,61%. (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017). Sumber: (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017)

Pada tahun 2017. DailySocial yaitu situs asal Indonesia yang membahas teknologi, terutama mengenai kondisi dan perkembangan perusahaan rintisan (*startup*) dan gaya hidup berbasis teknologi di Indonesia. berkerjasama dengan JakPat mengadakan survei dari 1037 pengguna *smartphone* di berbagai wilayah di Indonesia memahami apa itu layanan *video-on-demand*. Berikut infografis

persentasi masyarakat Indonesia memahami apa itu *video on demand*.



Gambar 1.4 Survey Masyarakat Indonesia Memahami apa itu Video-On-Demand Tahun 2017

Sumber: (DailySocial, 2017)

Dalam Penelitian tersebut menyatakan bahwa sebanyak 51,21% masyarakat Indonesia mendefinisikan *video-on-demand* sebagai konten video yang ditonton melalui internet, 49,66% mendefinisikan sebagai konten video yang dibayar berdasarkan yang pengguna inginkan. 31,52% mendefinisikan bahwa video dapat dijadwalkan untuk ditonton sesuai penonton, dan terakhir sisanya 17,36 mendefinisikan bahwa tidak tahu arti *video-on-demand*. Pada hasil survei tersebut menyakinkan bahwa para responden mengetahui apa arti dari *video-on-demand*.

Lanjut pada survei yang sama dari DailySocial dengan JakPat memberikan informasi bahwa di Indonesia sudah ada beberapa perusahaan layanan *video-on-demand* berbayar yang ditanyakan oleh responden akan menggunakan layanan ini antara lain: iflix, Hooq, Viu, Netflix, Google Play Movies & Tv, iTunes, viki, dan Tribe. Berikut gambar persentasi layanan *video on demand* paling poluer di Indonesia menurut responden DiallySocial. (DailySocial, 2017)



Gambar 1.5 Persentase Persentase Layanan *Video-On-Demand* Paling Populer di Indonesia

Sumber: (DailySocial, 2017)

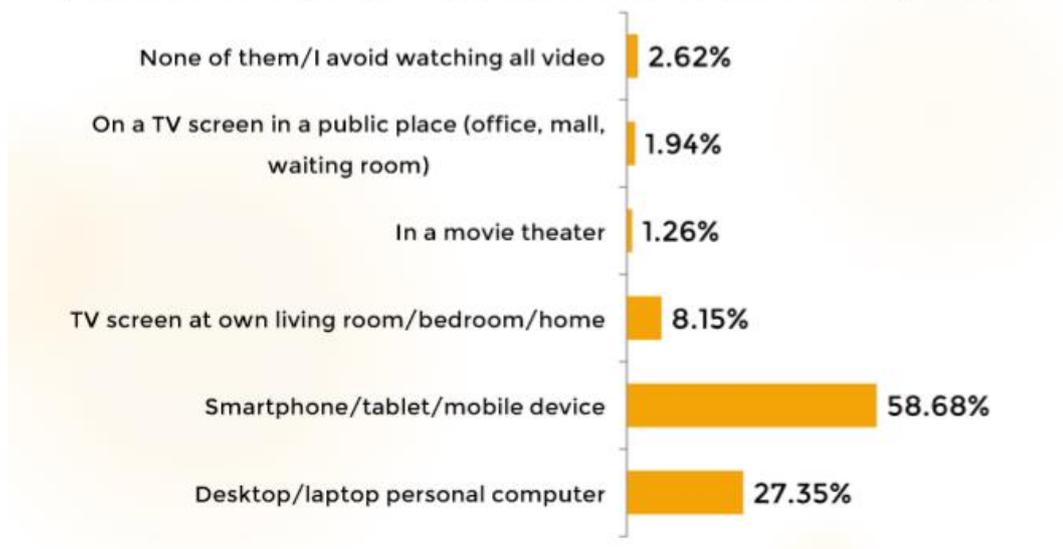
Pada informasi di atas akan perusahaan *video-on-demand* terpopuler menurut responden masyarakat Indonesia yaitu iflix, Hooq, Viu, Netflix, Google Play Movies & Tv, iTunes, viki, Tribe, Catchplay dengan hasil bahwa iflix berada pada peringkat keempat pada perusahaan populer layanan *video-on-demand* dengan persentase sebesar 24,35% mendahului Hooq pada peringkat pertama 448,30%, Netflix pada peringkat kedua sebesar 24,93%, Viu pada peringkat ketiga 25,02%, lalu dibawah iflix yaitu google play Movies & Tv pada persentase 21,05%. iTunes 11,83%, viki pada persentase 7,27%, Tribe dengan persentase 6,60% lalu terakhir catchplay 4,85% lalu sisianya sebesar 23,96% responden tidak pernah menggunakan layanan *video-on-deman* dari semua perusahaan tersebut. (DailySocial, 2017).

Dari survei tersebut juga, yaitu DailySocial yang bekerjasama pada JakPat survei ini menjelaskan pengguna menggunakan waktunya untuk menonton video dengan mengukur waktu, dimana responden menghabiskan waktunya untuk menonton video. Berikut gambar infografisnya.

TIME SPENT WATCHING VIDEO

DailySocial^{id}

By measure of time, where do you spend the most time watching video?



Gambar 1.6 Persentase Menonton Layanan *Video-On-Demand* di Perangkatnya

Sumber: (DailySocial, 2017)

Pada respon dari responden tersebut menjelaskan bahwa masyarakat Indonesia menggunakan waktunya untuk menonton video paling banyak di perangkat *smartphone*-nya yaitu sebesar 58,68%, diikuti di komputer atau laptopnya sebesar 27,35%, menonton di TV tempat tidur/di rumah sebesar 8,15%, di bioskop sebesar 1,26%, menonton di TV publik/kantor/mal/ruang tunggu sebesar 1,94%, dan tidak pada semua itu/menghindar untuk tidak menonton Tv sebesar 2,62%. Hal ini membuktikan bahwa pengguna di Indonesia lebih suka / lebih banyak menghabiskan waktunya untuk menonton melalui perangkat seluler seperti *smartphone* atau *tablet*-nya yaitu sebesar 58,68%. (DailySocial, 2017).

Pada situs *similarweb.com*, *top ranking mobile application* di Indonesia, berdasarkan kategori hiburan, dan *leader board* yang di-*update* setiap hari di *google play*, *iflix* mencapai peringkat nomor dua. Sedangkan di pasar aplikasi *apps store* (iOS), aplikasi *iflix* berada di peringkat nomor satu. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi *iflix* mampu menduduki peringkat yang baik di pasar aplikasi di

sistem operasi *mobile application* untuk pengguna aktif dan banyaknya terunduh oleh pengguna *mobile application* dimasing-masing pasar aplikasi. (SimilarWeb, 2019).

App	Publisher	Store Rank
1 iflix	iflix	1
2 LINE WEBTOON - Daily Comics	NAVER WEBTOON CORP.	2
3 MAXstream - Live Sports & TV	PT Telekomunikasi Selular	3
4 RingMe Color Call & SMS	Niks Teknologi	4
5 Netflix	Netflix, Inc.	5
6 Viu – TV Shows, movies & more	Vuclip, Inc.	6
7 HOOQ - Watch Movies & TV Shows	HOOQ DIGITAL PTE. LTD.	7
8 Fate Predict: Zodiac & Destiny	PRXD LIMITED	8
9 TIX ID	PT. NES	9
10 Cinema 21	Nusantara Sejahtera Raya, PT	10

Gambar 1.7 SimilarWeb Apps Store (iOS)

Sumber: (SimilarWeb, 2019)

Menunjukkan bahwa aplikasi iflix berada di peringkat pertama pada pasar aplikasi sistem berbasis iOS, yaitu banyaknya pengguna yang aktif dan unduhan pengguna aplikasi iflix di Indonesia.

App	Publisher	Usage Rank	Change	Store Rank
1 Game.ly Live - Mobile Game Live Stream	杭州开迅科技有 限公司	10	=	1
2 iflix	iflix Sdn Bhd	6	=	2
3 Google Play Games	Google LLC	7	=	3
4 MAXstream - Stream Live Sports, TV Shows & Movies	Telkomsel	22	=	4
5 HOOQ - Stream & Watch Movies, TV Series & More	HOOQ	21	=	5
6 YouTube Kids	Google LLC	5	=	6
7 IN Launcher - Love Emojis & GIFs, Themes	ONE App Team	2	=	7
8 Viu - Korean Dramas, TV Shows, Movies & more	Vuclip Mobile Video	1	=	8
9 ZEPETO	SNOW Corporation	9	=	9
10 TV Indonesia- Semua Saluran Langsung(All Channels)	sawcha	102	-3	10

Gambar 1.8 SimilarWeb Play Store (Android)

Sumber: (SimilarWeb, 2019)

Menunjukkan bahwa aplikasi iflix berada diperingkat kedua pada pasar aplikasi sistem berbasis Android, yaitu banyaknya unduhan pengguna aplikasi iflix di Indonesia.

Pengalaman pengguna (user experience) dapat dilihat pada tanggapan pengguna akan produk yang telah ia gunakan, pengguna biasanya memberikan ulasan, tanggapan atau *review* setelah mereka menggunakan suatu produk. Hal ini tentu memperlihatkan bagaimana tanggapan kepuasan pada pengguna setelah ia menggunakannya. Namun, peneliti melakukan pencarian ulasan di berbagai wadah situs internet antara lain yaitu; Twitter dengan *mention* keluhan pada akun resmi iflix yaitu @iflixid dan dari Google Play store dengan melihat *feedback*/komentar pada halaman unduhan aplikasi iflix. Berikut adalah tabel testimoni pengguna yang peneliti buat berupa keluhan akan aplikasi iflix.

Tabel Testimoni Pengguna

Pengguna	Tanggal	Testimoni Pengguna iflix	Keluhan Kesimpulan	Sumber
NE	15/01/2019	“Apakah sedang gangguan? Knp tdk ada	Tugas tidak terlaksana, video tidak bisa diputar	Twitter

		film yg bisa diputar sama sekali?”		
SY	17/01/2019	“Dear @iflixID can u help me? Tbtb iflix aku gabisa terputar dan muncul warning ini. Apa yg salah ya?”	Tugas tidak terlaksana, video tidak bisa diputar	Twitter
RK	16/01/2019	“pagi min, ko iflix saya error gini ya ini harus digimanain?mohon bantuannya :)”	Interkasi aplikasi tidak terlaksana, aplikasi <i>error</i>	Twitter
FA	16/01/2019	“Ah! Kenapa kamu tida bisa di akses? 🙄🙄🙄 @iflixID”	Tugas tidak terlaksana, aplikasi <i>error</i>	Twitter
ST	15/01/2019	“ada apa dgn @iflixID pagi ini? huhu.. aku butuh asupan hiburan nih sblm mulai aktivitas kerja”	Tugas tidak terlaksana, aplikasi <i>error</i>	Twitter
RI	15/01/2019	“@iflixID siang min mau tanya dong, ini aplikasi iflix sy kalau saya mau nonton film apapun kenapa selalu keluar text error begini ya? Mohon bantuannya. 🙄🙄🙄”	Tugas tidak terlaksana, aplikasi <i>error</i>	Twitter
RE	15/01/2019	“Min @iflixID ini kenapa? Saya sudah log out terus login lagi tapi masih begini. Thanks”	Tugas tidak terlaksana, aplikasi <i>error</i>	Twitter

BK	19/01/2019	“iflix nya lagi error ya, kok gk bisa daftar ataupun login”	Tugas tidak terlaksana, aplikasi <i>error</i>	Twitter
YD	27/09/2018	“min kenapa ya tiap saya lagu nonton nih terus rewind videonya kemudian error ya filmnya, jadi macet2. Tapi kalo lanjut ep lain dari awal lancar2 aja. Saya udah coba hapus history tapi masih error juga, tetap error di set top box dan utk mobile. Mohon solusinya. Thanks.”	Tugas tidak terlaksana, aplikasi <i>error</i>	Twitter
KP	5/11/2018	“Saya coba di web dan smartphone semua nya muncul error, ada saran...”	Tugas tidak terlaksana, aplikasi <i>error</i>	Twitter
OE	18/07/2018	“ga bisa play film min.. notice error.. Udah restart hp, login ulang masih sama .. gimana nih”	Tugas tidak terlaksana, video tidak bisa diputar	Twitter
SK	30/07/2018	“Mau tanya beberapa hari ini buka iflix lewat tv ataupun hp selalu buffering gak selesai2. Koneksi pakai Indihome. Ini iflix yg lagi error apa	Interkasi aplikasi tidak terlaksana, aplikasi <i>error</i>	Twitter

		Indihomenya?"		
AH	31/01/2018	"min, apps android lagi error? gue play gak bisa.. pke @IndihomeFiber gak bisa, paket data pun gak bisa..."	Tugas tidak terlaksana, video tidak bisa diputar	play.google
AA	30/04/2018	"Halo min, kalo mau cek akun bisa? karena di saya ga bisa nonton pake akun nya, saya tes pake akun lain bisa nontonnya."	Tugas tidak terlaksana, video tidak bisa diputar	play.google
Pengguna Google	18/01/2019	"suka bnyak ragam filmnya...cuma lemot banget suka buffering ga kaya viu stabil jarang banget ngelack padahal jaringn inet ud full indihome pula. mohon diperbaiki supaya lancar nontonnya n ditambah untuk film2 baru yg update. Trims"	Tugas tidak terlaksana dengan baik, video lama diputar	play.google
Pengguna Google	18/01/2019	"bagus, film sama acara tvny jg bagus, tapi sayang kenapa setelah di perbarui iflix jadi gak bisa di gunain. Setiap mau nonton malah keluar sendiri terus ada tulisan "maaf iflix belum hadir	Tugas tidak terlaksana dengan baik	play.google

		di negaramu" padahal sebelumnya nggak gt. Tolong dibantu gimana caranya biar bisa nonton iflix lagi”		
Pengguna Google	18/01/2019	“kenapa iflix sering eror sih loading lama bgt padahal udah pake wifi udah coba pake data juga tapi loadinggg udah uninstal terus instal lagi tetep loading:(“	Interkasi aplikasi tidak terlaksana, aplikasi <i>error</i>	play.google
Pengguna Google	18/01/2019	“Kenapa pas saya update iflix jdi gak bisa nonton yaa??? Tolong dong diperbaiki... Diperbaharui bukannya tambah bagus eh malah gini, gimna sih..”	Interkasi aplikasi tidak terlaksana, aplikasi <i>error</i>	play.google
PI	18/01/2019	“Kenapa dalam beberapa hari ini semua film tidak dapat di mainkan? Setiap kali meutar pasti muncul (video ini tidak dapat di mainkan)”	Interkasi aplikasi tidak terlaksana, aplikasi <i>error</i>	play.google

Sumber: Data yang telah diolah

Menurut Kraft (2012:1), proses *user experience* muncul saat terjadi interaksi dengan produk dapat berupa perasaan senang, kecewa, bangga, hingga penghinaan. Tabel di atas 1.7 adalah keluhan pengguna layanan aplikasi iflix yaitu salah satu contoh *user experience* berupa perasaan kecewa, tidak senang, dan

tidak memenuhi keinginan pengguna. Keluhan tersebut dapat muncul karena adanya beberapa masalah seperti tidak bisa masuk ke aplikasi (*error*), tidak bisa menonton video dengan baik, atau bahkan tidak bisa memutar video di layanan aplikasi iflix.

User experience yang belum sesuai dengan keinginan, ekspektasi bagi pengguna dapat diukur untuk mengetahui tingkat perbaikannya dalam layanan aplikasi iflix. iflix perlu mengevaluasi atau mengetahui *user experience* layanan aplikasinya. Iflix sendiri adalah layanan *video streaming* yang digunakan di aplikasi *mobile*, maka bisnis iflix sendiri bergantung pada kesempurnaan aplikasinya untuk tetap digunakan bagi penggunanya. Menurut (Garret, 2011:17), menguatkan jika *user experience* tidak timbul secara positif maka kemungkinan besar pengguna layanan tidak akan menggunakan produk yang ditawarkan.

Menurut (Schreep, et al., 2017) pada penelitiannya bahwa *user experience* yaitu dengan enam sub variable yaitu *attractiveness, perspicuity, efficiency, and dependability, stimulation and novelty* adalah skala utama dalam pengukuran *user experience* untuk produk interaktif. *User experience* tersebut dapat mengevaluasi produk yang mencakup area aplikasi untuk mengetahui mengukur bisnis akan hal layanannya.

Pada Januari 2018 dikutip dari (<https://industri.kontan.co.id/news/luncurkan-konten-anyar-iflix-bidik-4-juta-pelanggan>, 2018) dengan Tiara Sugiyono, *head of marketing* iflix. “Sejak masuk ke Indonesia pada pertengahan Juni 2016 sampai dengan saat ini, iflix sudah memiliki sekitar 3,2 juta pelanggan aktif”. (kontan.co.id, 2018)

Menurut tribunnews pada wawancara reportase dengan *head of marketing* iflix Indonesia Galvin Marne. Menyatakan, ‘layanan berlangganan *video on demand* mempunyai kelebihan salah satunya yaitu pengguna dengan mudah mengakses puluhan ribuan konten menarik yang ingin pengguna saksikan dimanapun dan kapanpun. Dengan pertumbuhan penetrasi pengguna internet di Indonesia yang semakin meningkat dan permintaan akan model layanan hiburan yang baru dapat meyakinkan iflix untuk hadir di Indonesia. (Tribunnews, 2017).

Menurut Lyndon Cerejo, *user experience mobile* meliputi persepsi dan perasaan pengguna sebelum, selama, dan setelah interaksi mereka dengan kehadiran ponsel Anda - baik itu melalui browser atau aplikasi - menggunakan perangkat seluler yang dapat berada di mana saja pada rangkaian dari ponsel canggih hingga *tablet*. (Cerejo, 2012).

Melihat fenomena perkembangan teknologi di Indonesia salah satunya perusahaan penyedia layanan *video streaming* berlanggan *video on demand* dapat dinikmati pada masyarakat Indonesia saat ini, iflix tentunya perlu melihat pandangan pengguna pada produknya agar dapat mengikuti perkembangan atau semakin banyaknya dunia layanan *video streaming* berlanggan *video on demand* untuk lebih terdepan di Indonesia. Dengan mengetahui informasi, data dan penjelasan sebelumnya yang sudah dipaparkan oleh penulis, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh *user experience* terhadap tingkat kepuasan penggunaannya di Indonesia. Berdasarkan alasan-alasan sebelumnya, peneliti tertarik melakukan penelitian lebih dalam lagi dengan mengambil judul penelitian “Pengaruh *User Experience* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Pengguna Aplikasi ‘IFLIX’”.

1.3 Rumusan Masalah

Dengan bertumbuhnya pengguna Internet di Indonesia telah memberikan informasi bahwa pengguna *smartphone* lebih unggul dibandingkan pengguna komputer ataupun pengguna laptop oleh masyarakat Indonesia. Layanan hiburan salah satunya adalah layanan *video streaming* berlanggan *video on demand* telah hadir di Indonesia dengan berbagai nama perusahaannya. Namun, di Indonesia iflix sendiri merupakan layanan peringkat keempat terpopuler dengan persentasi 24,35% pada survei menurut *survey DailySocial* dengan Jakpat. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis layanan layanan *video streaming* berlanggan *video on demand* membuat iflix perlu mengetahui pengalaman pelanggan maupun dengan kepuasan pelanggan. Sehingga iflix dapat bertahan dalam dunia layanan *video streaming* berlanggan *video on demand*. Layanan *video streaming* berlanggan *video on demand* telah hadir di kalangan masyarakat Indonesia

sekarang ini. Sejak 2014 pada salah satu media ternama di Indonesia yaitu liputan6.com, hingga kini aplikasi layanan *video streaming* berlangganan *video on demand* iflix telah berjumlah 10 juta kali download. iflix sebagai salah satu layanan *video streaming* berlangganan *video on demand* sejak masuk ke Indonesia pada pertengahan Juni 2016 sampai dengan saat ini, iflix sudah memiliki sekitar 3,2 juta pelanggan aktif.

1.4 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana *user experience* berdasarkan persepsi pengguna aplikasi iflix?
2. Bagaimana *customer satisfaction* berdasarkan persepsi pengguna aplikasi iflix?
3. Seberapa besar pengaruh *user experience* secara simultan maupun parsial terhadap *customer satisfaction* pengguna aplikasi iflix?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana *user experience* berdasarkan persepsi pengguna aplikasi iflix.
2. Mengetahui bagaimana *customer satisfaction* berdasarkan persepsi pengguna aplikasi iflix.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh *user experience* secara simultan maupun parsial terhadap *customer satisfaction* pengguna iflix.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan dan mengembangkan ilmu *user experience* terutama pengaruh *user experience* pada *customer satisfaction* serta dapat bermanfaat pada masyarakat atau rekan mahasiswa sebagai bahan penelitian lebih lanjut. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber yang layak untuk menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya terutama pada bidang *user experience*, *customer satisfaction*, dan *mobile application*.

1.6.2 Aspek Praktis

Penelitian mengenai *user experience* terhadap *customer satisfaction* pengguna aplikasi iflix ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan iflix untuk lebih memahami pelanggannya. Serta dapat memberikan masukan yang baik pada tanggapan yang diberikan oleh pengguna terhadap layanan yang diberikan.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini adalah tentang penggunaan aplikasi iflix bagaimana memperhatikan teknologi aplikasi yang ditawarkan. Tidak mengetahui bagaimana pengguna untuk membayar berlangganan *video on demand*.

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan dicakupan wilayah Indonesia saja. Tidak di negara lain. Objek penelitian ini adalah pengguna aplikasi iflix. Dengan menyebarkan kuesioner secara daring.

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari Oktober 2017 hingga dengan pembahasan dan hasil pada Desember 2018.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika Penulisan disusun untuk menyampaikan gambaran secara umum mengenai penelitian yang dilakukan dan menjadi acuan penulisan hasil penelitian. Dengan begitu, berikut merupakan sistematika penulisan tugas akhir:

BAB I PENDAHULUAN : Penjelasan mengenai gambaran umum, latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang disampaikan secara ringkas dan jelas untuk menggambarkan tujuan penelitian sebenarnya

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN : Penjelasan mengenai pendekatan, metode dan tinjauan pustaka secara teoritis yang terkait dengan topik dan variabel penelitian sebagai dasar penyusunan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN : Penjelasan mengenai metode, pendekatan dan teknis pelaksanaan penelitian untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab pertanyaan penelitian dan menyelesaikan masalah.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN : Pembahasan tentang hasil penelitian dengan menggunakan metodologi penelitian yang telah ditetapkan dan disusun secara sistematis untuk menjawab pertanyaan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN : Pemaparan hasil analisis penelitian. Serta perumuskan saran secara kongkrit yang dapat diaplikasikan untuk menyelesaikan masalah yang ada.