

ABSTRAK

Jumlah pengguna *platform streaming film/series* bertumbuh pesat khususnya pada masa pandemi Covid-19, dimana *platform* ini berperan sebagai hiburan dikala jenuh saat bekerja atau belajar dari rumah. Disney+ Hotstar merupakan salah satu *platform streaming film/series* dengan jumlah pengguna berbayar terbanyak di Indonesia (mencapai 2,5 juta pengguna). Agar mampu bertahan dalam persaingan dengan *platform* lainnya, maka sebuah perusahaan perlu mengetahui bagaimana preferensi konsumen di Indonesia. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor apa saja yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam berlangganan Disney+ Hotstar. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna (baik yang pernah maupun sedang berlangganan) Disney+ Hotstar sebanyak 400 (empat ratus) responden. Metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Sementara itu, pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* and *Bartlett's Test dan Measure of Sampling Adequacy (MSA)*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil *Anti-image Matrices*, keseluruhan variabel dapat digunakan untuk analisis faktor. Kemudian dari analisis *rotated component matrix* menunjukkan bahwa 7 variabel tergolong menjadi faktor pertama, yaitu faktor yang dirasakan memengaruhi batin, pengetahuan, dan kenyamanan, diantaranya motif informasi, motif hiburan, *interactivity*, *perceived ease of use*, *perceived price*, *perceived content quality*, dan *perceived of enjoyment*. Sedangkan sisanya tergolong menjadi faktor kedua, yaitu faktor yang ditampilkan atau disajikan pada *platform*, diantaranya *perceived system quality* dan *content richness*.

Keywords: Analisis Faktor, Disney+ Hotstar, Preferensi Konsumen.