

ABSTRAK

Perkembangan internet telah membuat disruptsi pada banyak industri khususnya industri media & hiburan. Hadirnya internet berkecepatan tinggi, telah mengubah kebiasaan masyarakat yang saat ini cenderung lebih memilih menggunakan layanan *streaming* daripada TV tradisional. Hal ini dapat dilihat dari adanya peningkatan yang signifikan terhadap kenaikan penggunaan layanan *streaming* dari tahun ke tahun. Salah satu layanan *streaming* yang populer di Indonesia adalah Disney+. Disney+ meskipun menempati peringkat *market share* kedua di Indonesia, beberapa bulan ke belakang tengah menghadapi masalah terkait dengan penurunan penggunaannya. Hal ini disebabkan karena masalah-masalah serta kontroversi dalam operasional Disney+.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi minat melanjutkan penggunaan Disney+ dengan menggunakan 2 model yang memiliki perspektif berbeda yaitu model ECT (*Expectation-Confirmation Theory*) dan SOR (*Stimulus-Organism-Response*). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Data penelitian akan dikumpulkan melalui survei kuesioner yang disebarluaskan melalui google form. Penelitian ini juga menggunakan *non-probability purposive sampling* dengan teknik analisis data menggunakan PLS-SEM melalui *software* SmartPLS 4. Adapun untuk kriteria sampel adalah pengguna yang pernah menggunakan layanan *streaming* Disney+.

Hasil penelitian menemukan bahwa *content quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *hedonic value* dan *attitude*. *Accessibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *hedonic value* dan *attitude*. *Entertainment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *hedonic value* dan *attitude*. *Confirmation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* dan *satisfaction*. *Hedonic value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* dan *satisfaction*. *Attitude* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* dan *satisfaction*. *Perceived value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* dan *satisfaction*. Dan *satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Hasil pengaruh tidak langsung setiap hubungan berhasil memberikan pengaruh mediasi kecuali jalur yang melewati *attitude* dan *satisfaction* karena hasil pengaruh pada dua variabel tersebut sangat kecil. Pada analisis IPMA variabel *entertainment* dan *attitude* memiliki tingkat kepentingan (efek) yang tinggi terhadap minat melanjutkan penggunaan, namun memiliki kinerja (performansi) yang rendah dan harus diperhatikan oleh Disney+.

Kesimpulannya berdasarkan hasil IPMA variabel *entertainment* dan *attitude* tingkat kepentingan (efek) yang tinggi terhadap minat melanjutkan penggunaan, namun memiliki kinerja (performansi) yang rendah. Hal ini menjadi indikasi dari kekurangan kinerja pada variabel tersebut, sehingga gagal untuk menciptakan minat melanjutkan penggunaan Disney+. Untuk memastikan minat melanjutkan penggunaan Disney+ terus ada, maka variabel tersebut harus menjadi prioritas untuk diperbaiki atau ditingkatkan.

Kata kunci: *continuance intention, expectation-confirmation-theory, stimulus-organism-response.*