

Pengaruh *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* Terhadap *Continuance Intention to Use* Melalui Mediasi *Attitude Towards Use* pada Aplikasi Netflix

Nur Alfianti^{1*}, Andi Muhammad Sadat², Daru Putri Kusumaningtyas³
Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta^{1,2,3}

*Email Korespondensi: nuralfianti_1707621004@mhs.unj.ac.id

Diterima: 25-07-2025 | Disetujui: 06-08-2025 | Diterbitkan: 08-08-2025

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Performance Expectancy and Effort Expectancy on Continuance Intention to Use Through Attitude Towards Use Mediation on the Netflix Application. The population in this study are individuals belonging to Generation Z (Gen Z) who live in the Greater Jakarta area and are active users of the Netflix digital streaming application. Gen Z or Generation Z used in Indonesia began from 1997 to 2012 based on official data set by the Indonesian Central Statistics Agency (BPS). The recommended sample size for this study is around 400 respondents to ensure that the research results can represent the population with an adequate level of confidence. This study uses Structural Equation Modeling (SEM) data analysis techniques with the Partial Least Square (PLS) approach, which is analyzed using SmartPLS software version 4. The results of the study found that Performance Expectancy (PE) has a positive and significant influence on Continuance Intention to Use (CITU). Effort Expectancy (EE) has a positive and significant influence on Continuance Intention to Use (CITU). Attitude Towards Use (ATU) has a positive and significant effect on Continuance Intention to Use (CITU). Performance Expectancy (PE) has a positive and significant effect on Attitude Towards Use (ATU). Effort Expectancy (EE) has a positive and significant effect on Attitude Towards Use (ATU). Performance Expectancy (PE) has a significant indirect effect on Continuance Intention to Use (CITU) through Attitude Towards Use (ATU). Effort Expectancy (EE) has a significant indirect effect on Continuance Intention to Use (CITU) through Attitude Towards Use (ATU).

Keywords: *Performance Expectancy; Effort Expectancy; Continuance Intention to Use; Attitude Towards Use; Netflix*

ABSTRAK

Penelitian ini untuk melihat pengaruh Performance Expectancy dan Effort Expectancy Terhadap Continuance Intention to Use Melalui Mediasi Attitude Towards Use pada Aplikasi Netflix. Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang tergolong dalam Generasi Z (Gen Z) yang berdomisili di wilayah Jabodetabek dan merupakan pengguna aktif aplikasi streaming digital Netflix. Gen Z atau Generasi Z yang digunakan di Indonesia berawal dari tahun 1997 hingga 2012 berdasarkan data resmi yang ditetapkan Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia. Ukuran sampel yang disarankan untuk penelitian ini adalah sekitar 400 responden guna memastikan hasil penelitian dapat merepresentasikan populasi dengan tingkat kepercayaan yang memadai. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS), yang dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Hasil penelitian didapatkan bahwa Performance Expectancy (PE) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Continuance Intention to Use (CITU). Effort Expectancy (EE) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Continuance Intention to Use (CITU). Attitude

Towards Use (ATU) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Continuance Intention to Use (CITU). Performance Expectancy (PE) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Attitude Towards Use (ATU). Effort Expectancy (EE) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Attitude Towards Use (ATU). Performance Expectancy (PE) memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Continuance Intention to Use (CITU) melalui Attitude Towards Use (ATU). Dan Effort Expectancy (EE) memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Continuance Intention to Use (CITU) melalui Attitude Towards Use (ATU).

Katakunci: Performance Expectancy; Effort Expectancy; Continuance Intention to Use; Attitude Towards Use; Netflix

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nur Alfianti, Andi Muhammad Sadat, & Daru Putri Kusumaningtyas. (2025). Pengaruh Performance Expectancy dan Effort Expectancy Terhadap Continuance Intention to Use Melalui Mediasi Attitude Towards Use pada Aplikasi Netflix. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 3(1), 423-446. <https://doi.org/10.62710/cvb9wr37>

PENDAHULUAN

pesat. Meluasnya penggunaan internet disuatu lingkungan biasanya menjadi sebuah penanda kemajuan teknologi digital. Indonesia menjadi salah satu negara pengguna internet tertinggi di Asia Tenggara. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi internet di Indonesia tumbuh di antara tahun 2018 dan 2020. Di Indonesia saat ini terdapat 221.563.479 pengguna internet menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Besaran presentase 79,5% menunjukkan peningkatan 1,4% dari tahun sebelumnya. Terhitung dari tahun 2018 pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8%, lalu secara berurutan di tahun 2020 mencapai 73,7%, 2022 77,01%, dan di tahun 2023 mencapai 78,19%. Berdasarkan segi umur, mayoritas pengguna dunia maya ini adalah Gen Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 34,40%, kemudian generasi milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 30,62% (Agus, 2024). Sebagian besar yang diakses oleh mereka melalui internet ini adalah konten media sosial dan video daring, yang di mana fakta ini didukung oleh kemudahan dalam mengakses internet di berbagai tempat.

Pada era digital saat ini berkembangnya internet yang semakin pesat menimbulkan dampak signifikan dalam dunia industri hiburan pertelevisian dan perfilman, salah satunya layanan VOD (*Video On Demand*) (Lyu, 2023). Sebelum berkembangnya internet seperti saat ini, untuk menonton suatu film masyarakat menggunakan *dvd player*, kaset, ataupun dengan menunggu sampai film tersebut tayang di televisi. Layanan *Video On Demand* atau *streaming video* menjadi pilihan yang paling banyak digunakan pada saat internet dan teknologi semakin berkembang pesat, hal tersebut dikarenakan penggunaannya yang lebih mudah, cepat, dan bebas dalam mengakses film sesuai yang mereka inginkan (Yoesep, 2019). Dampak dari meningkatnya peminat layanan tersebut adalah terdapat penurunan dalam penjualan *dvd*, kaset, maupun film yang tayang di televisi (Anjani & Sujarwo, 2023).

Layanan hiburan *Video On Demand* saat ini menjadi salah satu pilihan utama dalam mengisi waktu luang masyarakat Indonesia, terutama pada saat kondisi pandemi Covid 19 di awal tahun 2020 (Jagadish, 2024). Adanya pandemi tersebut membuat pemerintah melakukan tindakan pembatasan aktivitas di luar rumah. Keadaan ini mengakibatkan masyarakat yang biasanya mencari hiburan pergi dari rumah tetapi akibat *lockdown* mau tidak mau mereka mencari hiburan dengan tetap berada di rumah (Hossain, 2020). Alternatif hiburan dengan tetap berada di dalam rumah salah satunya adalah mengakses layanan *streaming video* yang dimana dalam mengakses layanan tersebut sangat mudah dan fleksibel. Pada saat pandemi, layanan *streaming video* juga sering disebut sebagai bioskop dalam rumah. Karena pandemi mengharuskan bioskop-bioskop tidak beroperasi, sementara masyarakat membutuhkan hiburan maka dari itu peminat menonton film secara daring melalui layanan *streaming video* menjadi meningkat (Rizky, 2022). Ketika masa pandemi telah berakhir pun layanan hiburan *Video On Demand* (VOD) tetap menjadi salah satu pilihan utama masyarakat dalam mengisi waktu luang karena sifatnya yang praktis dan fleksibel.

Aplikasi layanan *Video On Demand* di Indonesia terdapat beberapa macam, menurut grafik hasil survey melalui Databoks menunjukkan bahwa salah satu yang paling banyak diminati adalah Netflix dengan presentase 69% (Cindy, 2022). Netflix merupakan salah satu media layanan *streaming video* yang menawarkan beragam konten hiburan seperti film, serial, hingga dokumenter baik itu dari produksi pihak ketiga ataupun konten orisinal (*Netflix Originals*) yang mencakup berbagai genre dan bahasa secara internasional. Di Indonesia layanan *Video On Demand* sudah ada sejak tahun 2015 dan Netflix mulai membuka jalur ke Indonesia pada tahun 2016. Berdasarkan data melalui (Statista, 2024) Netflix telah

memiliki lebih dari 270 juta pelanggan global yang menunjukkan peningkatan sebesar 9% dibandingkan tahun sebelumnya.

Menurut survey melalui Databoks yang dilakukan pada kuartal II tahun 2022 Netflix mengalami penurunan jumlah pelanggan berbayarnya hingga 970 ribu pelanggan. Jumlah penurunan tersebut lebih baik dibandingkan sebelumnya yang mencapai angka 200 ribu pelanggan (Vika, 2022). Pihak Netflix mengatakan bahwa merosotnya jumlah pelanggan dikarenakan beberapa faktor, beberapa diantaranya adalah persaingan ketat terhadap layanan *Video On Demand* lainnya. Selain itu, masalah berbagi password untuk berbagi akun dengan pengguna lain yang tidak tinggal serumah. Meskipun kebijakan Netflix yang memperbolehkan berbagi akun untuk keluarga, tetapi pihak Netflix melarang berbagi akun dengan cara lain. Berkaitan dengan hal tersebut pihak Netflix berencana mengenakan biaya tambahan untuk menonton konten yang ada di Netflix bagi pengguna yang berbagi akun di luar keluarga mereka. Meskipun terdapat kendala adanya penurunan jumlah pelanggan tetapi di Indonesia Netflix tetap menjadi platform *Video On Demand* paling banyak diminati.

Melalui penjabaran permasalahan yang dialami oleh aplikasi Netflix, mulai dari mempertahankan daya saing yang semakin ketat di tengah di tengah meningkatnya kompetisi dari layanan streaming lain, mempertahankan loyalitas pengguna dengan terus berinovasi agar tetap relevan di tengah perubahan perilaku konsumen digital, penurunan kualitas konten yang dirasakan oleh sebagian pengguna, serta perubahan kebijakan berlangganan yang kurang populer. Di samping itu pun adaptasi terhadap preferensi audiens yang terus berkembang, terutama dalam hal konten yang relevan dan interaktif, serta menjadi tuntutan yang tidak dapat diabaikan. Permasalahan-permasalahan ini menuntut Netflix untuk terus bertransformasi secara strategis dalam menjangkau segmen pasar yang lebih potensial dan spesifik. Dalam konteks ini salah satu segmen yang kini menjadi pusat perhatian adalah Generasi Z, yang mendominasi jumlah pengguna dan memiliki karakteristik konsumsi media yang unik sehingga berpengaruh besar terhadap arah perkembangan layanan streaming ini (Marela & Alfansi, 2024).

Dari beberapa masalah, peneliti memutuskan untuk memilih variabel-variabel yang menunjukkan pengaruh terhadap penggunaan secara berkelanjutan (*continuance intention to use*), yaitu tingkat kepercayaan atas hasil kinerja pada aplikasi (*performance expectancy*), kemudahan dalam penggunaan aplikasi (*effort expectancy*), dan sikap pengguna (*attitude towards use*). Keputusan ini didasarkan karena ketiga variabel tersebut secara teoritis dan empiris merupakan penentu penting dalam menjelaskan perilaku penggunaan teknologi secara berkelanjutan. Variabel *performance expectancy* mendeskripsikan terkait sejauh mana pengguna percaya bahwa dalam menggunakan aplikasi Netflix memberikan manfaat atau nilai hiburan sesuai yang diharapkan, sementara *effort expectancy* menggambarkan terkait persepsi kemudahan dalam menggunakan aplikasi, yang dimana ini menjadi kunci dalam menarik minat dan mempertahankan pengguna (Venkatesh et al., 2017). Kedua variabel ini berasal dari kerangka teori UTAUT (*Unified Theory Acceptance and Use of Technology*) yang dimana telah terbukti secara relevan dalam berbagai konteks adopsi teknologi, salah satu nya aplikasi digital. Akan tetapi, dalam konteks *continuance intention to use* tidak cukup hanya mengukur pada persepsi awal. Di sini diperlukan juga pemahaman terkait bagaimana persepsi tersebut dalam membentuk *attitude towards use* (sikap pengguna) yang dimana ini memengaruhi keputusan jangka panjang untuk terus menggunakan aplikasi (Venkatesh et al., 2012). Dalam penelitian ini dengan memasukan variabel mediasi *attitude towards use*, dapat mengungkap mekanisme psikologis yang lebih kompleks dalam proses pengambilan keputusan pengguna, khususnya pada layanan berbasis

langganan seperti aplikasi Netflix yang mengandalkan loyalitas pengguna sebagai kunci dalam konteks keberlanjutan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah survei dengan memanfaatkan kuesioner *online* sebagai alat pengumpulan data. Pemilihan kuesioner *online* didasarkan pada kemudahan akses serta jangkauan yang luas, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data secara cepat dan efisien, khususnya dari pengguna aplikasi Netflix di wilayah Jabodetabek. Melalui kuesioner *online*, responden dapat memberikan jawaban secara mandiri kapan pun dan di mana pun, sehingga hambatan waktu dan lokasi dapat diminimalisir.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), yang diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Metode ini dipilih karena mampu menguji hubungan antar variabel secara komprehensif dengan data kuantitatif yang diperoleh dari hasil survei.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang tergolong dalam Generasi Z (Gen Z) yang berdomisili di wilayah Jabodetabek dan merupakan pengguna aktif aplikasi streaming digital Netflix. Gen Z atau Generasi Z yang digunakan di Indonesia berawal dari tahun 1997 hingga 2012 berdasarkan data resmi yang ditetapkan Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia. Jumlah pasti populasi Generasi Z pengguna Netflix di wilayah Jabodetabek tidak dapat diketahui secara pasti karena belum tersedia data resmi yang spesifik mengukur pengguna Netflix berdasarkan kategori usia dan wilayah tersebut. Oleh karena itu, dalam penelitian ini populasi didefinisikan sebagai seluruh individu Gen Z di Jabodetabek yang menggunakan aplikasi Netflix, dengan estimasi berdasarkan data sekunder dari laporan dan survei terkait penggunaan layanan streaming di kalangan Gen Z secara umum. Ukuran sampel yang disarankan untuk penelitian ini adalah sekitar 400 responden guna memastikan hasil penelitian dapat merepresentasikan populasi dengan tingkat kepercayaan yang memadai.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS), yang dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Pemilihan metode PLS didasarkan pada kesesuaian dengan rancangan penelitian ini, yang melibatkan variabel intervening (mediasi), sebagaimana diterapkan dalam sejumlah penelitian sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Inner Model

Inner Model adalah model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausal antara variabel laten. Dalam mengevaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan melalui cara melihat

*Pengaruh Performance Expectancy dan Effort Expectancy Terhadap Continuance Intention to Use
Melalui Mediasi Attitude Towards Use pada Aplikasi Netflix
(Alfianti, et al.)*

signifikasi hubungan antar konstruk atau variabel (Dian Sudiantini & Farhan Saputra, 2022). Cara perhitungan *inner model* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. R-Square (R^2)

Suatu indikator yang digunakan untuk mengukur sejauh mana variasi nilai variabel yang dipengaruhi dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya yaitu R-Square. R-Square berguna dalam memprediksi suatu model itu baik atau tidak (Peterson K, 2023). Analisis nilai R^2 memiliki pemahaman yang sama seperti R^2 dalam regresi linear, yaitu mengukur sejauh mana variasi pada variabel laten dependen dapat dijelaskan oleh variabel laten independent. Menurut Cohen (2015) menyatakan nilai $\geq 0,26$ (kuat), nilai $0,13 - 0,26$ (sedang), nilai $0,02 - 0,13$ (lemah), dan nilai $< 0,02$ (sangat lemah). Berikut nilai R-Square pada penelitian ini.

Tabel 1 Hasil Nilai R-Square (R^2)

Variabel	R-square	R-square adjusted
CITU (Y)	0.102	0.095
ATU (Z)	0.057	0.052

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025) (Output SmartPLS 4.0)

Berdasarkan tabel R-Square (R^2) di atas, menunjukkan hasil sebagai berikut:

- Nilai pada R-Square *Continuance Intention to Use* (CITU) sebesar 0,102 (lemah). Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 10,2% varians pada *Continuance Intention to Use* (CITU) mampu dijelaskan atau diprediksi oleh variabel *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), dan *Attitude Towards Use* (ATU). Sedangkan sisanya, yaitu sebesar 89,8% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.
- Nilai pada R-Square *Attitude Towards Use* (ATU) sebesar 0,057 (lemah). Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 5,7% varians pada *Attitude Towards Use* (ATU) mampu dijelaskan atau diprediksi oleh variabel *Performance Expectancy* (PE) dan *Effort Expectancy* (EE). Sedangkan sisanya, yaitu sebesar 94,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

2. Q-Square (Q^2)

Q-Square adalah pengukuran yang digunakan untuk menilai relevansi prediktif model dalam merekonstruksi data observasi pada variabel endogen (dependen). Q-Square dikatakan sebagai ukuran non-parametrik yang diperoleh melalui teknik *blindfolding*. Dikatakan $Q^2 > 0$ adalah ketika model memiliki relevansi prediktif atau kemampuan prediksi yang baik terhadap variabel endogen dan $Q^2 \geq 0$ adalah ketika model tidak memiliki relevansi prediktif sehingga model kurang baik dalam memprediksi variabel endogen (Sarstedt et al., 2021). Berikut merupakan nilai Q^2 pada penelitian ini.

Tabel 2 Hasil Nilai Predictive Relevance (Q^2)

Variabel	Q^2 predict	RMSE	MAE
CITU (Y)	0.070	0.968	0.837
ATU (Z)	0.044	0.982	0.858

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025) (Output SmartPLS 4.0)

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa nilai $Q^2 > 0$ sehingga model dapat dinyatakan memiliki *predictive relevance*.

3. F-Square (f^2)

F-Square adalah pengukuran yang digunakan untuk mengevaluasi pengaruh relative dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen (Purwanto & Sudargini, 2021). Berikut merupakan nilai F-Square pada penelitian ini.

Tabel 3 Hasil Nilai F-Square (f^2)

Variabel	PE(X1)	EE (X2)	CITU (Y)	ATU (Z)
<i>Performance Expectancy (X1)</i>			0.026	0.034
<i>Effort Expectancy (X2)</i>			0.038	0.022
<i>Continuance Intention to Use (Y)</i>				
<i>Attitude Towards Use (Z)</i>			0.022	

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025) (*Output SmartPLS 4.0*)

Berdasarkan tabel F-Square di atas, menunjukkan hasil sebagai berikut:

- Performance Expectancy* (PE) terhadap *Continuance Intention to Use* (CITU) mendapat hasil nilai F-Square sebesar 0,026 dikatakan berpengaruh lemah.
- Performance Expectancy* (PE) terhadap *Attitude Towards Use* (ATU) mendapat hasil nilai F-Square sebesar 0,034 dikatakan berpengaruh lemah.
- Effort Expectancy* (EE) terhadap *Continuance Intention to Use* (CITU) mendapat hasil nilai F-Square sebesar 0,038 dikatakan berpengaruh lemah.
- Effort Expectancy* (EE) terhadap *Attitude Towards Use* (ATU) mendapat hasil nilai F-Square sebesar 0,022 dikatakan berpengaruh lemah.
- Attitude Towards Use* (ATU) terhadap *Continuance Intention to Use* (CITU) mendapat hasil nilai F-Square sebesar 0,022 dikatakan berpengaruh lemah.

4. Goodness of Fit (GoF)

Goodness of Fit merupakan ukuran tunggal yang digunakan untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model) (Accounting, 2021). Nilai *Goodness of Fit* (GoF) dapat dilihat dari nilai *standardized root mean square residual* (SRMR). Nilai pada *Indeks Goodness of Fit* (GoF) dikatakan fit jika $SRMR < 0,08$ (Hair et al., 2019). Berikut merupakan nilai GoF dalam penelitian ini.

Tabel 4. Nilai Goodness of Fit (GoF)

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.042	0.042

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025) (*Output SmartPLS 4.0*)

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa nilai SRMR sebesar 0.042 sehingga model sudah sesuai atau sudah memenuhi kriteria *goodness of fit* model.

Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis bertujuan untuk mencari pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan memeriksa *path coefficients* yang menunjukkan koefisien parameter dan nilai signifikansi T-statistik. *Path coefficients* ini merupakan model untuk melihat arah hubungan hipotesis.

Keputusan untuk menerima atau menolak suatu hipotesis didasarkan pada tingkat signifikansi antar konstruk, nilai T-statistik, dan nilai p (*p-value*). Dalam penelitian ini, kriteria yang digunakan adalah nilai T-statistik lebih dari 1,96, *p-value* kurang dari 0,05 (5%), serta nilai koefisien beta yang positif dan signifikan (Azahra & Hadita, 2023). Berikut merupakan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini.

1. Analisis Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Tabel 5 Tabel *Path Coefficient*

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Ket.
X1 -> Y	0.157	0.161	0.047	3.371	0.001	Diterima
X1 -> Z	0.180	0.183	0.047	3.798	0.000	Diterima
X2 -> Y	0.187	0.191	0.050	3.759	0.000	Diterima
X2 -> Z	0.144	0.147	0.048	2.985	0.003	Diterima
Z -> Y	0.144	0.145	0.050	2.889	0.004	Diterima

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025) (*Output SmartPLS 4.0*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai dari H₁, H₂, H₃, H₄, dan H₅ sudah melebihi nilai 1,96 maka hipotesis tersebut diterima. Berikut ini merupakan penjelasan untuk hasil uji hipotesis pada tabel di atas.

- Uji hipotesis 1: *Performance Expectancy* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* (Y).

Berdasarkan hasil pada tabel di atas menunjukkan hasil pengujian hipotesis 1 bahwa nilai koefisien beta PE terhadap CITU sebesar 0,157 (positif). Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi nilai PE maka akan meningkatkan nilai CITU. Peningkatan satu satuan PE akan meningkatkan CITU sebesar 15,7%. Selain itu, dari hasil pengujian hipotesis ini memiliki nilai T-statistic sebesar 3,371. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai T-statistic >1,96 dengan nilai *p-value* <0,05 menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* sehingga **H1 diterima**.

- Uji hipotesis 2: *Effort Expectancy* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* (Y).

Berdasarkan hasil pada tabel di atas menunjukkan hasil pengujian hipotesis 2 bahwa nilai koefisien beta EE terhadap CITU sebesar 0,187 (positif). Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi nilai EE maka akan meningkatkan nilai CITU. Peningkatan satu satuan EE akan meningkatkan CITU sebesar 18,7%. Selain itu, dari hasil pengujian hipotesis ini memiliki nilai T-statistic sebesar 3,759.

Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai T-statistic >1,96 dengan nilai p-value <0,05 menunjukkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* sehingga **H2 diterima**.

- c. Uji hipotesis 3: *Attitude Towards Use* (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* (Y).

Berdasarkan hasil pada tabel di atas menunjukkan hasil pengujian hipotesis 1 bahwa nilai koefisien beta ATU terhadap CITU sebesar 0,144 (positif). Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi nilai ATU maka akan meningkatkan nilai CITU. Peningkatan satu satuan ATU akan meningkatkan CITU sebesar 14,4%. Selain itu, dari hasil pengujian hipotesis ini memiliki nilai T-statistic sebesar 2,889. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai T-statistic >1,96 dengan nilai p-value <0,05 menunjukkan bahwa *attitude towards use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* sehingga **H3 diterima**.

- d. Uji hipotesis 4: *Performance Expectancy* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Towards Use* (Z).

Berdasarkan hasil pada tabel di atas menunjukkan hasil pengujian hipotesis 1 bahwa nilai koefisien beta PE terhadap ATU sebesar 0,180 (positif). Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi nilai PE maka akan meningkatkan nilai ATU. Peningkatan satu satuan PE akan meningkatkan ATU sebesar 18%. Selain itu, dari hasil pengujian hipotesis ini memiliki nilai T-statistic sebesar 3,798. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai T-statistic >1,96 dengan nilai p-value <0,05 menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use* sehingga **H4 diterima**.

- e. Uji hipotesis 5: *Effort Expectancy* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Towards Use* (Z).

Berdasarkan hasil pada tabel di atas menunjukkan hasil pengujian hipotesis 2 bahwa nilai koefisien beta EE terhadap ATU sebesar 0,144 (positif). Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi nilai EE maka akan meningkatkan nilai ATU. Peningkatan satu satuan EE akan meningkatkan ATU sebesar 14,4%. Selain itu, dari hasil pengujian hipotesis ini memiliki nilai T-statistic sebesar 2,985. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai T-statistic >1,96 dengan nilai p-value <0,05 menunjukkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use* sehingga **H5 diterima**.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa seluruh pengaruh langsung antar variabel dalam model penelitian ini adalah signifikan. Dalam penelitian ini juga terdapat indikasi peran penting *attitude towards use* sebagai variabel mediasi dalam menghubungkan pengaruh *performance expectancy* dan *effort expectancy* terhadap *continuance intention to use* yang akan dilihat melalui uji *specific indirect effect*.

2. Analisis Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Tabel 6 Hasil Uji *Specific Indirect Effects*

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Ket.
X1-> Z -> Y	0.026	0.026	0.011	2.292	0.022	Diterima

X2-> Z -> Y	0.021	0.021	0.010	2.030	0,042	Diterima
-------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025) (Output SmartPLS 4.0)

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai dari H_6 dan H_7 sudah melebihi nilai 1,96 maka hipotesis tersebut diterima. Berikut ini merupakan penjelasan untuk hasil uji hipotesis pada tabel di atas.

- Uji Hipotesis 6: *Performance expectancy* terhadap *continuance intention to use* dengan variabel mediasi yaitu *attitude towards use* memperoleh hasil *original sample* sebesar 0,022 (positif). Selain itu, untuk nilai T-statistics sebesar $2,292 > 1,96$. Kemudian untuk nilai p-value memperoleh nilai sebesar $0,022 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa *performance expectancy* secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention to use* yang dimediasi oleh *attitude towards use*. Dengan demikian **H6 diterima**.
- Uji Hipotesis 7: *Effort expectancy* terhadap *continuance intention to use* dengan variabel mediasi yaitu *attitude towards use* memperoleh hasil *original sample* sebesar 0,021 (positif). Selain itu, untuk nilai T-statistics sebesar $2,030 > 1,96$. Kemudian untuk nilai p-value memperoleh nilai sebesar $0,042 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa *effort expectancy* secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention to use* yang dimediasi oleh *attitude towards use*. Dengan demikian **H7 diterima**.

Pembahasan

Pengaruh Performance Expectancy terhadap Continuance Intention to Use pada Aplikasi Netflix

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Performance Expectancy (PE)* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use (CITU)* pada aplikasi Netflix. Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis data yang memperlihatkan bahwa nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($3,371 > 1,96$) dan nilai $p\text{-value} = 0,001 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “*Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Performance Expectancy terhadap Continuance Intention to Use pada aplikasi Netflix*” terbukti dan dapat dinyatakan *diterima*. Dengan kata lain, semakin besar harapan pengguna terhadap manfaat atau kinerja dari penggunaan aplikasi Netflix, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut dalam jangka panjang.

Temuan ini konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang mengonfirmasi bahwa *performance expectancy* merupakan salah satu determinan utama dalam membentuk *continuance intention*. Seperti yang ditunjukkan oleh studi Yang et al. (2023) dalam konteks *blended learning*, harapan mahasiswa terhadap peningkatan kinerja akademik dari penggunaan teknologi mendorong mereka untuk terus menggunakannya. Dalam konteks Netflix, pengguna yang merasa bahwa aplikasi ini memberikan hiburan yang berkualitas, pengalaman menonton yang personal, serta efisiensi waktu dalam mencari konten, akan lebih terdorong untuk tetap mengakses dan berlangganan.

Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Indrawati & Putri (2018) pada pengguna *e-wallet* Dana, Tian & Wu (2022) dalam adopsi *mHealth* oleh lansia, serta Chen et al. (2023) dalam penggunaan aplikasi fintech. Dalam semua konteks tersebut, *performance expectancy* terbukti memengaruhi *continuance intention* secara positif dan signifikan. Artinya, persepsi terhadap manfaat langsung dari penggunaan teknologi memainkan peran penting dalam mempertahankan penggunaan suatu

sistem atau aplikasi. Dalam kasus Netflix, pengalaman menonton yang dianggap efisien, menghibur, dan bermanfaat sesuai ekspektasi pengguna akan memperkuat keinginan mereka untuk terus menggunakan platform ini dalam jangka panjang.

Dengan demikian, Netflix perlu terus meningkatkan kualitas konten, kemudahan akses, dan personalisasi layanan agar mampu memenuhi harapan kinerja pengguna. Semakin besar nilai manfaat yang dirasakan, semakin kuat pula loyalitas pengguna untuk terus berlangganan dan menggunakan aplikasi secara berkelanjutan.

Pengaruh Effort Expectancy terhadap Continuance Intention to Use pada Aplikasi Netflix

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Effort Expectancy (EE)* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use (CITU)* pada aplikasi Netflix. Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis data yang memperlihatkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,985 > 1,96$) dan nilai $p-value = 0,003 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “*Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Effort Expectancy terhadap Continuance Intention to Use pada aplikasi Netflix*” terbukti dan dapat dinyatakan diterima. Artinya, semakin mudah aplikasi Netflix digunakan dan semakin sedikit usaha yang diperlukan untuk mengakses serta memahami fitur-fiturnya, maka semakin tinggi pula niat pengguna untuk terus menggunakannya.

Temuan ini selaras dengan studi-studi sebelumnya yang telah membuktikan bahwa *effort expectancy* merupakan salah satu prediktor utama dalam menentukan *continuance intention* terhadap suatu sistem teknologi. Seperti yang dijelaskan oleh Yang et al. (2023), kemudahan penggunaan *blended learning* berdampak signifikan terhadap keberlanjutan niat mahasiswa dalam menggunakannya. Dalam konteks yang berbeda, Tian & Wu (2022) menemukan bahwa pada kelompok lansia pengguna layanan *mobile health (mHealth)*, kemudahan dalam mengoperasikan sistem sangat berpengaruh terhadap keinginan untuk terus menggunakannya. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak hanya generasi muda, tetapi semua kelompok usia cenderung mempertahankan penggunaan teknologi yang mudah diakses.

Dalam konteks aplikasi Netflix, *effort expectancy* memiliki pengaruh penting mengingat basis penggunanya yang beragam, mulai dari generasi muda hingga orang tua, dengan tingkat literasi teknologi yang berbeda-beda. Kemudahan antarmuka, navigasi yang intuitif, serta minimnya hambatan teknis menjadi nilai tambah yang memperkuat loyalitas pengguna terhadap layanan ini. Selain itu, dukungan fitur seperti pemilihan bahasa, kualitas streaming adaptif, serta rekomendasi personal yang mudah dipahami memperkuat persepsi bahwa Netflix adalah platform yang *user-friendly*. Hal ini sejalan dengan temuan Indrawati & Putri (2018) pada pengguna Dana serta Chen et al. (2023) dalam konteks fintech, yang menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan berperan penting dalam mendorong keberlanjutan penggunaan. Dengan demikian, untuk mempertahankan niat berkelanjutan pengguna, Netflix harus terus memprioritaskan kemudahan akses dan penggunaan di seluruh fitur dan layanan mereka.

Pengaruh Attitude Towards Use terhadap Continuance Intention to Use pada Aplikasi Netflix

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Attitude Towards Use (ATU)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Continuance Intention to Use (CITU)* pada aplikasi

Netflix. Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis data yang memperlihatkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,889 > 1,96$) dan nilai $p-value = 0,004 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “*Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Attitude Towards Use terhadap Continuance Intention to Use pada aplikasi Netflix*” terbukti dan dapat dinyatakan diterima.

Temuan ini mendukung hasil-hasil penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya sikap positif pengguna terhadap suatu teknologi dalam mempengaruhi niat mereka untuk terus menggunakannya. Seperti yang ditunjukkan dalam penelitian Rahi et al. (2021), *attitude* yang positif terhadap layanan *internet banking* secara signifikan meningkatkan *continuance intention* pengguna. Penelitian Kurniawan et al. (2024) juga menggarisbawahi bahwa dalam konteks platform *Over the Top (OTT)* di Indonesia, *attitude* berperan sebagai variabel mediasi kunci yang memengaruhi keputusan pengguna untuk terus memakai layanan berbasis teknologi digital. Dengan kata lain, sikap positif terbukti mampu memperkuat loyalitas pengguna terhadap sebuah platform.

Dalam konteks Netflix, hasil ini mempertegas bahwa persepsi positif pengguna terhadap platform, yang bisa terbentuk dari kenyamanan antarmuka, variasi konten, kualitas layanan, maupun kemudahan penggunaan, sangat berpengaruh terhadap niat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Penelitian Cheng et al. (2015) dalam konteks *E-portfolio* dan Song & Jo (2023) dalam penggunaan *omnichannel* sama-sama menunjukkan bahwa *attitude* memiliki hubungan erat dengan keberlanjutan penggunaan teknologi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan *continuance intention*, Netflix perlu memperhatikan pengalaman pengguna yang mampu membangun sikap positif, seperti keandalan sistem, responsivitas layanan, dan desain aplikasi yang menarik serta mudah dipahami oleh berbagai segmen pengguna.

Pengaruh Performance Expectancy terhadap Attitude Towards Use pada Aplikasi Netflix

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Performance Expectancy (PE)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Attitude Towards Use (ATU)* pada aplikasi Netflix. Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis data yang memperlihatkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,798 > 1,96$) dan nilai $p-value = 0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai koefisien sebesar 0,180 menunjukkan arah pengaruh yang positif dan berpengaruh signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “*Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Performance Expectancy terhadap Attitude Towards Use pada aplikasi Netflix*” terbukti dan dapat dinyatakan diterima. Pengaruh tersebut signifikan, yang berarti bahwa persepsi pengguna terhadap seberapa besar manfaat yang diberikan Netflix terhadap pengalaman menonton mereka tetap memiliki implikasi terhadap sikap mereka terhadap aplikasi.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu. Shaikh et al. (2021) dalam studi mengenai *mobile banking* menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, semakin positif pula sikap mereka terhadap teknologi tersebut. Penelitian Alkhowaiter (2022) juga menemukan hubungan serupa pada layanan *mobile payment*, di mana persepsi terhadap manfaat yang tinggi meningkatkan sikap positif pengguna terhadap teknologi. Selanjutnya, Hakim et al. (2023) mengonfirmasi bahwa *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *attitude* pengguna dalam konteks aplikasi *e-wallet* di

Indonesia. Artinya, keyakinan bahwa aplikasi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas transaksi akan memperkuat sikap positif terhadap penggunaannya.

Selain itu, Chen dan Ryu (2024) dalam studi mereka terhadap pengguna platform *skill-sharing* di Tiongkok juga menemukan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude*. Semakin tinggi ekspektasi pengguna bahwa platform akan memberikan manfaat nyata, semakin kuat sikap positif yang terbentuk. Dalam konteks organisasi, Cao et al. (2021) juga menunjukkan bahwa *performance expectancy* berperan penting dalam membentuk *attitude* manajer terhadap penggunaan *artificial intelligence* (AI), yang pada akhirnya berkontribusi terhadap penerimaan dan penggunaan berkelanjutan teknologi dalam pengambilan keputusan bisnis.

Dengan demikian, meskipun dalam penelitian ini arah koefisien negatif, temuan tetap mendukung literatur sebelumnya bahwa *performance expectancy* memainkan peran penting dalam membentuk *attitude*, baik dalam konteks hiburan digital seperti Netflix, maupun pada berbagai layanan teknologi lainnya.

Pengaruh Effort Expectancy terhadap Attitude Towards Use pada Aplikasi Netflix

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Effort Expectancy* (EE) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Attitude Towards Use* (ATU) pada aplikasi Netflix. Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis data yang memperlihatkan bahwa nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,985 > 1,96$) dan nilai $p\text{-value} = 0,003 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai koefisien sebesar 0,144 menunjukkan arah pengaruh yang positif dan berpengaruh signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis kelima yang menyatakan bahwa “*Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Effort Expectancy terhadap Attitude Towards Use pada aplikasi Netflix*” terbukti dan dapat dinyatakan diterima. Dengan demikian, hipotesis kelima (H5) dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin mudah penggunaan aplikasi Netflix dirasakan oleh pengguna baik dari segi navigasi, antarmuka pengguna, maupun pengalaman teknis secara keseluruhan maka semakin positif pula sikap pengguna terhadap aplikasi tersebut.

Temuan ini konsisten dengan berbagai hasil studi sebelumnya. Shaikh et al. (2021) menemukan bahwa dalam konteks *mobile banking* di Pakistan, *effort expectancy* secara signifikan meningkatkan *attitude*, karena pengguna merasa tidak membutuhkan banyak usaha untuk menggunakan layanan tersebut. Hasil serupa juga ditemukan oleh Alkhawaiter (2022) dalam studi mengenai *mobile payments* di negara-negara Teluk, yang menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan menjadi pendorong utama terbentuknya sikap positif terhadap teknologi pembayaran digital. Hal ini diperkuat oleh penelitian Hakim et al. (2023) di Indonesia yang meneliti layanan *e-wallet*, yang menunjukkan bahwa kemudahan operasional sistem mempengaruhi sikap positif pengguna dan meningkatkan potensi adopsi berkelanjutan.

Lebih jauh lagi, penelitian Chen & Ryu (2024) menegaskan bahwa *effort expectancy* menjadi faktor penting dalam membentuk *attitude* terhadap layanan *skill-sharing* di Tiongkok. Ketika pengguna merasa aplikasi mudah digunakan dan tidak memberatkan secara teknis, maka terbentuk sikap positif yang turut mendorong *continuance intention to use*. Bahkan dalam konteks organisasi, Cao et al. (2021) menunjukkan bahwa manajer yang merasa bahwa penggunaan *artificial intelligence* (AI) tidak membutuhkan banyak usaha dalam integrasinya ke dalam proses kerja, cenderung menunjukkan sikap yang lebih terbuka dan positif terhadap penggunaan teknologi tersebut. Ini menegaskan bahwa persepsi kemudahan tidak hanya relevan bagi pengguna umum, tetapi juga berpengaruh signifikan dalam konteks profesional dan manajerial.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa *effort expectancy* memainkan peran krusial dalam membentuk sikap positif terhadap teknologi. Dalam konteks Netflix, semakin mudah pengguna merasakan interaksi dengan aplikasi, maka semakin besar kemungkinan terbentuknya sikap positif yang pada akhirnya dapat memperkuat loyalitas dan keberlanjutan penggunaan platform hiburan digital tersebut.

Pengaruh Performance Expectancy terhadap Continuance Intention to Use melalui Mediasi Attitude Towards Use pada Aplikasi Netflix

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Performance Expectancy (PE)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Continuance Intention to Use (CITU)* melalui *Attitude Towards Use (ATU)* sebagai variabel mediasi pada aplikasi Netflix. Hasil analisis menunjukkan bahwa jalur mediasi dari *Performance Expectancy* ke *Attitude Towards Use* memiliki koefisien sebesar 0,180 dengan $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$, dan jalur dari *Attitude Towards Use* ke *Continuance Intention to Use* memiliki koefisien sebesar 0,144 dengan $p\text{-value} = 0,004 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis keenam yang menyatakan bahwa “*Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Performance Expectancy terhadap Continuance Intention to Use melalui Attitude Towards Use pada aplikasi Netflix*” terbukti dan dapat dinyatakan diterima.

Temuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nizar et al. (2024), yang mengintegrasikan model *UTAUT*, *TAM*, dan *ECM* dalam mengevaluasi penggunaan *Mobile Augmented Reality (MAR)* dalam proses pembelajaran oleh *pre-service teachers*. Dalam konteks tersebut, *performance expectancy* terbukti tidak hanya memengaruhi *acceptance*, tetapi juga memiliki efek tidak langsung terhadap *continuance intention to use* melalui *attitude*. Artinya, harapan terhadap kegunaan *MAR* dalam meningkatkan pemahaman pembelajaran mampu membentuk sikap positif para calon guru, yang pada akhirnya mendorong keberlanjutan penggunaan teknologi tersebut.

Meskipun studi Nizar et al. dilakukan dalam sektor pendidikan, relevansi temuan mereka dapat diadaptasi ke dalam konteks hiburan digital seperti Netflix. Ketika pengguna merasa bahwa Netflix memberikan manfaat nyata dalam hal efisiensi hiburan, variasi tontonan berkualitas, dan pengalaman yang mudah diakses, maka akan terbentuk sikap positif terhadap aplikasi. Sikap ini menjadi jembatan psikologis penting antara persepsi manfaat dan keinginan untuk terus menggunakan layanan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sikap positif yang dibentuk oleh *performance expectancy* adalah mekanisme penting dalam mendorong *continuance intention*, menjadikan aspek persepsi manfaat sebagai fondasi utama dalam membangun loyalitas pengguna Netflix secara jangka panjang.

Pengaruh Effort Expectancy terhadap Continuance Intention to Use melalui Mediasi Attitude Towards Use pada Aplikasi Netflix

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Effort Expectancy (EE)* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use (CITU)* melalui *Attitude Towards Use (ATU)* sebagai variabel mediasi pada aplikasi Netflix. Hasil analisis menunjukkan bahwa jalur mediasi dari *Effort Expectancy* ke *Attitude Towards Use* memiliki koefisien sebesar 0,144 dengan $p\text{-value} = 0,003 < 0,05$, dan jalur dari *Attitude Towards Use* ke *Continuance Intention to Use* memiliki koefisien sebesar 0,144 dengan $p\text{-value} = 0,004 < 0,05$, kedua jalur tersebut signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa “*Terdapat pengaruh positif dan signifikan*

antara *Effort Expectancy* terhadap *Continuance Intention to Use* melalui *Attitude Towards Use* pada aplikasi Netflix” terbukti dan dapat dinyatakan diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nizar et al. (2024), yang mengkaji penggunaan *Mobile Augmented Reality (MAR)* dalam proses pembelajaran oleh *pre-service teachers*. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan integratif dengan teori *UTAUT*, *TAM*, dan *ECM*. Salah satu temuan utama dari penelitian ini adalah bahwa *Effort Expectancy* secara tidak langsung memengaruhi *Continuance Intention to Use* melalui *Attitude*. Artinya, ketika para calon guru merasa bahwa teknologi MAR mudah digunakan dan tidak menyulitkan, maka mereka cenderung mengembangkan sikap yang lebih positif terhadap teknologi tersebut. Sikap inilah yang kemudian menjadi jembatan penting dalam mendorong niat mereka untuk menggunakan MAR secara berkelanjutan dalam kegiatan pembelajaran.

Temuan tersebut memiliki relevansi yang kuat dalam konteks aplikasi hiburan digital seperti Netflix. Jika pengguna merasa bahwa aplikasi Netflix mudah digunakan, antarmuka tidak membingungkan, serta navigasi dan akses terhadap fitur-fitur berjalan lancar, maka mereka akan memiliki sikap yang positif terhadap aplikasi tersebut. Sikap positif ini kemudian menjadi faktor penentu dalam mempertahankan niat pengguna untuk terus menggunakan layanan Netflix dalam jangka panjang. Oleh karena itu, pengembang aplikasi seperti Netflix perlu memastikan pengalaman pengguna yang mulus dan intuitif sebagai strategi penting dalam menciptakan loyalitas melalui persepsi kemudahan dan kenyamanan penggunaan.

KESIMPULAN

1. *Performance Expectancy (PE)* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use (CITU)*.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin besar ekspektasi pengguna terhadap kinerja Netflix, seperti kecepatan akses, kualitas tayangan, dan kemudahan dalam menemukan konten yang relevan, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk terus menggunakan layanan ini secara berkelanjutan. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi akan manfaat nyata dari penggunaan aplikasi sangat memengaruhi keputusan pengguna dalam mempertahankan layanan tersebut.

2. *Effort Expectancy (EE)* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use (CITU)*.

Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan (*user-friendly*) yang dirasakan oleh pengguna dalam mengakses dan mengoperasikan aplikasi Netflix, maka semakin besar pula keinginan mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini menekankan pentingnya pengalaman pengguna yang sederhana dan intuitif sebagai faktor pendorong loyalitas penggunaan.

3. *Attitude Towards Use (ATU)* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use (CITU)*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa hubungan antara sikap pengguna terhadap penggunaan Netflix dan niat penggunaan berkelanjutan signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa sikap pengguna memainkan peran yang kompleks, dimana beberapa pengguna mungkin mengalami beban tertentu dalam penggunaan aplikasi, seperti intensitas penggunaan atau fitur-fitur tertentu yang dirasa kurang sesuai, namun tetap menunjukkan kecenderungan untuk melanjutkan penggunaan. Dengan

demikian, sikap yang belum sepenuhnya positif pun tetap memberikan kontribusi terhadap niat untuk terus menggunakan layanan tersebut.

4. *Performance Expectancy (PE) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Attitude Towards Use (ATU).*

Hasil menunjukkan bahwa hubungan antara ekspektasi kinerja dan sikap pengguna signifikan secara statistik. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengguna cenderung memiliki standar tinggi dalam menilai kinerja aplikasi, sehingga apabila ekspektasi tidak terpenuhi sepenuhnya, dapat muncul sikap yang lebih kritis. Meskipun demikian, persepsi terhadap fungsi dan manfaat aplikasi tetap memainkan peran penting dalam membentuk sikap pengguna.

5. *Effort Expectancy (EE) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Attitude Towards Use (ATU).*

Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi Netflix berkontribusi pada pembentukan sikap positif dari pengguna. Semakin mudah pengguna mengakses dan mengoperasikan aplikasi, maka sikap mereka terhadap penggunaan cenderung lebih baik. Hal ini memperkuat pentingnya antarmuka yang intuitif dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan membentuk sikap positif.

6. *Performance Expectancy (PE) memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Continuance Intention to Use (CITU) melalui Attitude Towards Use (ATU).*

Pengaruh mediasi ini menunjukkan bahwa sikap pengguna menjadi jembatan penting dalam hubungan antara ekspektasi kinerja dan niat penggunaan berkelanjutan. Efek mediasi yang signifikan ini mengindikasikan bahwa ekspektasi terhadap manfaat aplikasi tetap berperan dalam membentuk niat pengguna untuk terus menggunakan layanan melalui sikap yang terbentuk.

7. *Effort Expectancy (EE) memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Continuance Intention to Use (CITU) melalui Attitude Towards Use (ATU).*

Temuan ini memperlihatkan bahwa kemudahan penggunaan mendorong terbentuknya sikap pengguna, yang selanjutnya berkontribusi terhadap niat penggunaan lanjutan. Signifikansi jalur mediasi ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemudahan tetap menjadi faktor penting dalam proses psikologis yang mendorong pengguna untuk mempertahankan penggunaan aplikasi Netflix.

Implikasi Penelitian

Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori perilaku pengguna teknologi, khususnya dalam kerangka teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* baik secara langsung maupun melalui mediasi *Attitude Towards Use*. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat validitas model UTAUT dalam menjelaskan perilaku pengguna aplikasi layanan digital berbasis hiburan seperti Netflix.

Menariknya, temuan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Attitude Towards Use* dan *Continuance Intention to Use* memberikan hasil yang bagus dalam pengembangan model UTAUT. Hasil ini menyiratkan bahwa dalam konteks hiburan digital, sikap pengguna terhadap aplikasi bisa

dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kebosanan, overuse, atau ekspektasi yang tidak terpenuhi, berdampak signifikan terhadap keputusan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi tersebut.

Dengan demikian, penelitian ini memperkaya literatur akademik mengenai bagaimana persepsi kinerja (*performance expectancy*) dan kemudahan penggunaan (*effort expectancy*) tidak hanya membentuk sikap pengguna, tetapi juga memengaruhi niat mereka untuk menggunakan suatu aplikasi secara berkelanjutan. Penelitian ini juga membuka peluang untuk pengembangan model UTAUT dengan mempertimbangkan konteks hiburan dan preferensi psikologis pengguna digital masa kini.

Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi pengembang dan manajemen aplikasi Netflix dalam meningkatkan niat penggunaan aplikasi secara berkelanjutan oleh pengguna. Hal tersebut ditunjukkan oleh hasil persentase tertinggi pada item CITU(4) dengan pernyataan “Saya tidak bermaksud untuk berhenti menggunakan aplikasi Netflix”, yang memperoleh persentase 36,8% pada skala setuju. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki komitmen positif untuk tetap menggunakan Netflix dalam aktivitas hiburan mereka. Tingginya skor pada item ini mencerminkan bahwa kualitas konten, kemudahan akses, dan kenyamanan penggunaan menjadi faktor utama yang mendorong keberlanjutan niat penggunaan aplikasi.

Sebaliknya, frekuensi terendah diperoleh dari item PE(4) pada skala sangat setuju, dengan pernyataan “Saya merasa menggunakan aplikasi Netflix membantu saya mendapatkan hiburan yang lebih berkualitas”, yang hanya mencapai 4,25%. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada sebagian kecil pengguna yang kurang merasakan keunggulan kualitas hiburan dari Netflix dibandingkan alternatif lain. Oleh karena itu, Netflix disarankan untuk lebih menonjolkan fitur *eksklusif*, konten *original* berkualitas tinggi, serta menyampaikan nilai tambah dari layanannya secara lebih jelas dalam strategi komunikasinya.

Selain itu, skor rendah juga ditemukan pada beberapa item dalam variabel *effort expectancy*, seperti item EE(1) dengan pernyataan “Saya merasa penggunaan aplikasi Netflix tidak sesuai dengan keinginan saya” yang memperoleh skor 10,5% pada skala sangat tidak setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman teknis dan tampilan aplikasi Netflix telah dinilai sangat baik oleh mayoritas pengguna. Kemudahan memahami dan mengoperasikan aplikasi, yang juga tercermin dalam item EE(8) dengan skor tertinggi 29,5% pada skala setuju, memperkuat bahwa kemudahan penggunaan merupakan kekuatan utama Netflix yang perlu terus dijaga dan ditingkatkan.

Pada variabel *attitude towards use*, skor tertinggi terdapat pada item ATU(6) dengan pernyataan “Saya merasa saat sudah mulai menggunakan aplikasi Netflix membuat saya sulit mengendalikan diri untuk berhenti”, yang memperoleh 36,8% pada skala netral. Ini menunjukkan bahwa sikap pengguna terhadap Netflix bersifat campuran, belum sepenuhnya positif maupun negatif. Sebagian besar pengguna menganggap Netflix sebagai platform yang menyenangkan, namun belum tentu sebagai aplikasi yang sangat dinantikan. Hal ini dapat ditindaklanjuti melalui kampanye penguatan *brand engagement* yang menekankan aspek hiburan emosional dan relevansi personal dalam keseharian pengguna.

Selanjutnya, skor netral (34,5%) pada item PE(5) yang menyatakan “Saya merasa menggunakan aplikasi Netflix meningkatkan kualitas pengalaman menonton saya” mengindikasikan bahwa meskipun Netflix dinilai fungsional, pengalaman emosional pengguna belum sepenuhnya optimal. Netflix dapat memperkuat hal ini melalui pendekatan personalisasi konten dan rekomendasi berbasis minat yang lebih tepat sasaran.

Dengan mempertimbangkan temuan-temuan di atas, maka dalam upaya meningkatkan *continuance intention to use*, pihak Netflix disarankan untuk terus menekankan kemudahan dan kepraktisan penggunaan aplikasi, meningkatkan kualitas konten hiburan serta fitur yang relevan secara emosional dan fungsional, dan memperkuat sikap positif pengguna melalui pendekatan *storytelling* dalam promosi digital. Selain itu, Netflix perlu menyediakan fitur yang menyesuaikan pengalaman menonton dengan gaya hidup pengguna digital masa kini seperti rekomendasi berbasis suasana hati, fitur komunitas, atau pengatur waktu menonton serta menjalankan program *loyalty* atau penghargaan bagi pengguna aktif dan membangun komunitas pengguna untuk meningkatkan keterikatan emosional. Strategi-strategi tersebut diharapkan dapat membantu Netflix mempertahankan dan meningkatkan niat penggunaan jangka panjang serta memperkuat posisinya sebagai platform hiburan digital pilihan utama.

Rekomendasi bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan beberapa keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian mendatang agar hasil yang diperoleh menjadi lebih komprehensif dan aplikatif, yaitu sebagai berikut:

1. Memperluas Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan responden dengan latar belakang demografis yang lebih beragam, baik dari segi usia, wilayah domisili (termasuk luar Jabodetabek), maupun status pekerjaan. Hal ini penting agar hasil penelitian dapat mencerminkan gambaran yang lebih luas tentang perilaku pengguna aplikasi Netflix di Indonesia secara keseluruhan.

2. Menambahkan Variabel Lain dalam Model Penelitian

Untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh, penelitian di masa depan diharapkan dapat menambahkan variabel lain dalam model *UTAUT*, seperti *social influence*, *facilitating conditions*, atau *habit*. Variabel-variabel tersebut berpotensi memberikan pengaruh tambahan yang signifikan terhadap *continuance intention to use*.

3. Menggunakan Metode Pengumpulan Data yang Lebih Variatif

Selain menggunakan kuesioner *online*, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan pengumpulan data melalui wawancara mendalam atau kuesioner luring (tatap muka) agar dapat mengurangi kemungkinan bias dalam pemahaman dan pengisian instrumen. Hal ini juga dapat meningkatkan kualitas data yang dikumpulkan.

4. Mengadopsi Desain Longitudinal

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan desain *longitudinal* untuk melihat dinamika perubahan persepsi, sikap, dan niat pengguna terhadap aplikasi dalam jangka waktu tertentu. Hal ini akan memberikan wawasan lebih mendalam mengenai bagaimana perilaku penggunaan aplikasi Netflix berkembang seiring waktu dan situasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Accounting. (2021). *Memahami Inner Model (Model Struktural) Dalam Smart PLS*. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-inner-model-model-struktural-dalam-smart-pls/>
- Afrizal, D., & Wallang, M. (2021). Attitude on intention to use e-government in Indonesia. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 22(1), 435–441. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v22.i1.pp435-441>
- Agus, H. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Alifah, Amalia Nur & Edina, A. I. (2022). Analisis Faktor Pengaruh Pendapatan UMKM Kota Surabaya Dengan Metode Structural Equation Model. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol.7, 9. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i9.9389>
- Alkhowaiter, W. A. (2022). Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100240. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100240>
- Andrade, C. (2021). The Inconvenient Truth About Convenience and Purposive Samples. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 43(1), 86–88. <https://doi.org/10.1177/0253717620977000>
- Anjani, A. D., & Sujarwo, S. (2023). Fenomena Layanan Video on Demand Sebagai Pengganti Bioskop di Kalangan Masyarakat Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 3(2), 53–59. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.104>
- Anugraheni, T. D., Izzah, L., & Hadi, M. S. (2023). Increasing the Students' Speaking Ability through Role-Playing with Slovin's Formula Sample Size. *Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran*, 6(3), 262–272. <https://doi.org/10.30605/jsgp.6.3.2023.2825>
- Arkanuddin, M. F., Susanti, & Broto, M. F. (2023). The Role of Government Policy Toward Technology Continuance Intention on Digital Industry in Indonesia. *Indonesian Journal of Social Research (IJSR)*, 5(3), 181–198. <https://doi.org/10.30997/ijsr.v5i3.342>
- Astuti, R., & Hasbi, M. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Situasi Covid 19 Di Kota Medan. *Scenario: Seminar of Social Sciences Engineering & Humaniora*, 127–135.
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>
- Beglar, D., & Nemoto, T. (2014). Developing Likert-scale questionnaires. *JALT2013 Conference Proceedings*, 1–8.
- Cao, G., Duan, Y., Edwards, J. S., & Dwivedi, Y. K. (2021). Understanding managers' attitudes and behavioral intentions towards using artificial intelligence for organizational decision-making. *Technovation*, 106, 102312. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102312>
- Chen, C. F. Y., Chan, T. J., & Hashim, N. H. (2023). Factor Influencing Continuation Intention of Using Fintech from the Users' Perspectives: Testing of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). *International Journal of Technology*, 14(6), 1277–1287. <https://doi.org/10.14716/ijtech.v14i6.6636>
- Chen, Y., & Ryu, M. H. (2024). Chinese Consumers' Attitudes toward and Intentions to Continue Using Skill-Sharing Service Platforms. *Behavioral Sciences*, 14(9), 765. <https://doi.org/10.3390/bs14090765>
- Cheng, S.-I., Chen, S.-C., & Yen, D. C. (2015). Continuance intention of E-portfolio system: A confirmatory and multigroup invariance analysis of technology acceptance model. *Computer*

- Standards & Interfaces*, 42, 17–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.csi.2015.03.002>
- Cindy, A. (2022). *Netflix, Aplikasi Video on Demand Paling Favorit di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/25167018f27cb1d/netflix-aplikasi-video-on-demand-paling-favorit-di-indonesia>
- Cohen, J. (2015). Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences. In *Proceedings of the National Academy of Sciences* (Vol. 2, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827%0Ainternal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.10>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dhiya Ulhaq, N., & Lumban Batu, R. (2024). Analisis Model Unified Theory Acceptance And Use Of Technology (Utaut) Untuk Keputusan Mengikuti Program MSIB Melalui Behavior Intention. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(11), 515–527. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12783428>
- Dian Sudiantini, & Farhan Saputra. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan: Kepuasan Kerja, Loyalitas Pegawai dan Komitmen di PT Lensa Potret Mandiri. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 1(3), 467–478. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v1i3.873>
- Fedorko, I., Bacik, R., & Gavurova, B. (2021). Effort expectancy and social influence factors as main determinants of performance expectancy using electronic banking. *Banks and Bank Systems*, 16(2), 27–37. [https://doi.org/10.21511/bbs.16\(2\).2021.03](https://doi.org/10.21511/bbs.16(2).2021.03)
- FlixPatrol. (2024). *Jelang Akhir Tahun 2024, Penonton Netflix di Indonesia Lebih Suka Nonton Horor dan Komedi*. GoodStats. https://goodstats.id/article/jelang-akhir-tahun-2024-penonton-netflix-di-indonesia-suka-nonton-horor-dan-komedi-rdrnG?utm_source=chatgpt.com
- Gomez-Uribe, C. A., & Hunt, N. (2015). The netflix recommender system: Algorithms, business value, and innovation. *ACM Transactions on Management Information Systems*, 6(4). <https://doi.org/10.1145/2843948>
- Gudangsatu. (2023). *Alasan Memilih Skala Likert 5 Poin*. <https://gudangskripsi.net/alasan-memilih-skala-likert-5-poin/>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hakim, M. M., Afifah, A. N., & Aryotejo, G. (2023). The Analysis of Factors Affecting Behavioral Intention and Behavior Usage of E-Wallet Using Meta-UTAUT Model. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 13(2), 786–793. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.13.2.18297>
- Hasan, V. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Willingness To Subscribe: Telaah Pada Layanan Video On Demand Netflix. *Jurnal Manajemen*, 9(1), 22–38. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v9i1.595>
- Hootsuite, W. A. S. &. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Hossain, K. (2020). Impact of the COVID-19 pandemic on social media. In *Victoria News* (Vol. 17, Issue 9, pp. 7188–7191). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Impact_of_the_COVID-19_pandemic_on_social_media
- Icam Sutisna. (2020). Statistika Penelitian. *Universitas Negeri Gorontalo*, 1–15.
- IDN Research Institute. (2024). Indonesia Gen Z. *IDN Research Institute*, 102. <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf>

- Indrawati, & Putri, D. A. (2018). Analyzing factors influencing continuance intention of E-payment adoption using modified UTAUT 2 Model: (A case study of Go-Pay from Indonesia). *2018 6th International Conference on Information and Communication Technology, ICoICT 2018*, 6(2), 167–173. <https://doi.org/10.1109/ICoICT.2018.8528748>
- Jagadish, K. (2024). *50 Statistics on How Coronavirus Is Impacting the Video Streaming Industry*. <https://reelnreel.com/video-streaming-industry/?>
- Jia, X., Pang, Y., Huang, B., & Hou, F. (2023). Understanding consumers' continuance intention to watch streams: A value-based continuance intention model. *Frontiers in Psychology*, 14, 1073301. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1073301>
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. (2015). Likert Scale: Explored and Explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/bjast/2015/14975>
- Junida, A. I. (2024). *Jakarta Berpotensi Besar Jadi Pusat Ekonomi Digital Indonesia*. ANTARA. https://www.antaranews.com/berita/4240367/jakarta-berpotensi-besar-jadi-pusat-ekonomi-digital-indonesia?utm_source
- Kaluarachchi, S., & Nagalingam, N. (2024). Triangulating the moderate impact of performance expectancy, effort expectancy, and social influence in social media marketing: A study of business performance in Sri Lanka's cashew industry. *Quality and Quantity*, April. <https://doi.org/10.1007/s11135-024-01862-5>
- Karim, A. (2018). Analisis Peran Kspps Dalam Mendukung Ekonomi Rakyat Berbasis Usaha Menengah Kecil. *Badan Pusat Statistik Indonesia*, 11(April), 7–18. <https://www.bps.go.id>
- Kasilingam, D. L. (2020). Understanding the attitude and intention to use smartphone chatbots for shopping. *Technology in Society*, 62, 101280. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101280>
- Khlaif, Z. N., Sanmugam, M., & Ayyoub, A. (2023). Impact of technostress on continuance intentions to use mobile technology. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 32(2), 151–162. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s40299-022-00646-5>
- Kim, H.-W., Chan, H. C., & Gupta, S. (2007). *Value-based Adoption of Mobile Internet: An empirical investigation*. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2005.05.009>
- Kurniawan, S., Djohan, S. A., & Andhika, D. (2024). Predicting Factors Influencing Continuance Intention to Use Digital Media on Over-The-Top Platforms: An Application of the Technology Acceptance Model. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, 11(1), 228–238. <https://doi.org/10.33168/JLISS.2024.0115>
- Li, C. Y., & Fang, Y. H. (2019). Predicting continuance intention toward mobile branded apps through satisfaction and attachment. *Telematics and Informatics*, 43(151), 101248. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101248>
- Limayem, M., Hirt, S. G., Cheung, C. M. K., & Hirt, S. G. (2007). *How Habit Limits the Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems Continuance*. 31(4), 705–737. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/25148817>
- Limna, P., Siripipatthanakul, S., Siripipattanakul, S., Woodeson, K., & Auttawechasakoon, P. (2022). Applying the UTAUT to Explain Factors Affecting English Learning Intention Via Netflix (English Subtitle) Among Thai people. *Ammartpanichanukul School*, 1(1), 4. <https://ssrn.com/abstract=4046242>
- Lock, M., Yee, S., & Abdullah, M. S. (2021). A Review of UTAUT and Extended Model as a Conceptual Framework in Education Research. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Matematik Malaysia*, 11, 1–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.37134/jpsmm.vol11.sp.1.2021>
- Lyu, A. (2023). *The Rise of Video On Demand (VOD) Streaming*. <https://www.yololiv.com/blog/the-rise-of-video-on-demand-vod-streaming/>
- Marela, A. N., & Alfansi, L. (2024). Understanding Gen Z's Netflix usage in Indonesia: an Extended TAM

- perspective on willingness to subscribe. *Manajemen Dan Bisnis*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.24123/mabis.v23i1.738>
- Mou, X., Xu, F., & Du, J. T. (2021). Examining the factors influencing college students' continuance intention to use short-form video APP. *Aslib Journal of Information Management*, 73(6), 992–1013. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/AJIM-03-2021-0080>
- Nikolopoulou, K., Gialamas, V., & Lavidas, K. (2021). Habit, hedonic motivation, performance expectancy and technological pedagogical knowledge affect teachers' intention to use mobile internet. *Computers and Education Open*, 2(March), 100041. <https://doi.org/10.1016/j.caeo.2021.100041>
- Nizar, N. N. M., Zulnaidi, H., Basar, A., & Maaruf, S. Z. (2024). A structural model of pre-service teachers' attitude, acceptance, and continuance intention towards mobile augmented reality. *Contemporary Educational Technology*, 16(4). <https://doi.org/10.30935/cedtech/15160>
- Or, C. (2023). The Role of Attitude in the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Meta-analytic Structural Equation Modelling Study. *International Journal of Technology in Education and Science*, 7(4), 552–570. <https://doi.org/10.46328/ijtes.504>
- Pawestri, A. A. (2022). *Peluang Pasar Video on Demand (VoD) di Indonesia*. Wixsite. <https://companyboen.wixsite.com/marketresearch/post/peluang-pasar-video-on-demand-vod-di-indonesia?>
- Peterson K, O. (2023). The acceptable R-square in empirical modelling for social science research. *Social Research Methodology and Publishing Results*, 116496, 1–10. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4128165>
- Popova, Y., & Zagulova, D. (2022). UTAUT Model for Smart City Concept Implementation: Use of Web Applications by Residents for Everyday Operations. *Informatics*, 9, 27. <https://doi.org/10.3390/informatics9010027>
- Poromatikul, C., De Maeyer, P., Leelapanyalert, K., & Zaby, S. (2020). Drivers of continuance intention with mobile banking apps. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 242–262. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2018-0224>
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books. <https://anyflip.com/tzxmy/fzxh/basic>
- Prof. Dr. Umi Narimawati, Dra., S.E., M.Si., Jonathan Sarwono, S.Sos., M.Hum., Prof. Dr. H. Azhar Affandi, S.E., M.Sc., Prof. Dr. H.M. Sidik Priadana, M. S. (2020). *Ragam Analisis dalam Metode Penelitian: untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Andi.
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial Least Squares Structural Squation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research: A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123. <https://doi.org/https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i2>
- Purwanto, E., & Loisa, J. (2020). The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in indonesia: UTAUT Model. *Technology Reports of Kansai University*, 62(06), 2757–2767.
- Rahayu, W. I., & Shafina, M. R. (2022). Aplikasi Analisis Kelayakan Sistem Untuk Pengukuran Usability Dengan Menerapkan Metode Use Questionnaire. *Jurnal Teknik Informatika*, 14(3), 2022.
- Rahi, S., Khan, M. M., & Alghizzawi, M. (2021). Extension of technology continuance theory (TCT) with task technology fit (TTF) in the context of Internet banking user continuance intention. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 38(4), 986–1004. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-03-2020-0074>
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara. https://books.google.co.id/books/about/Metode_Penelitian.html?id=Ntw_EAAAQBAJ&redir_esc=y
- Ratih Fitri Yatun, & Sri Rahayu Puspita Sari. (2024). Pengaruh Habit, Percieved Usefulness, Dan Percieved Enjoyment Terhadap Continuance Intention E-Wallet Ovo Di Bekasi. *Jurnal Akuntansi Dan*

- Manajemen Bisnis*, 4(2), 37–43. <https://doi.org/10.56127/jaman.v4i2.1595>
- Report, I. (2024). *Platform Streaming Pilihan Gen Z Indonesia*. GoodStats. https://data.goodstats.id/statistic/netflix-kuasai-hati-mayoritas-gen-z-indonesia-hIxdD?utm_source=chatgpt.com
- Richard Andrew, Febuarga P. Akwila, Z. H. I. N. S. (2021). Effect Of Performance Expectancy And Social Influence On Continuance Intention In OVO. *Jurnal Manajemen*, 25(1), 125. <https://doi.org/10.24912/jm.v25i1.707>
- Rizkalla, N., Tannady, H., & Bernando, R. (2023). Analysis of the influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, and attitude toward behavior on intention to adopt live.on. *Multidisciplinary Reviews*, 6(Special Issue). <https://doi.org/10.31893/multirev.2023spe017>
- Rizky, T. (2022). *Layanan Streaming Film Tumbuh Saat Bioskop Tertatih Diterjang Pandemi*. <https://analysis.netray.id/layanan-streaming-film-tumbuh-saat-bioskop-terlatih-diterjang-pandemi/>
- Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran*. Penerbit NEM. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ISYrEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&ots=okxSDf wX45&sig=2tyF7V6ZfTDdL6i_BySUtD7uM6Y&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Rumangkit, S., Surjandy, & Billman, A. (2023). The Effect of Performance Expectancy, Facilitating Condition, Effort Expectancy, and Perceived Easy to Use on Intention to using Media Support Learning Based On Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *E3S Web of Conferences*, 426. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342602004>
- Salim, M. P. (2024). Karakteristik Gen Z Indonesia dan Problematika di Era Digital, Ini Solusi dan Strategi Menghadapinya. In *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5513255/karakteristik-gen-z-indonesia-dan-problematika-di-era-digital-ini-solusi-dan-strategi-menghadapinya>
- Santoso, M. T., Tang, D. H., & Aprilia, A. (2023). Pengaruh Service Recovery Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Bintang 4 Dan 5 Di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(2), 59–68. <https://doi.org/10.9744/jmp.8.2.59-68>
- Saputra, M., Izzati, B., & Rahmadiani, J. (2021). The Acceptance of Government Resource Planning System Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. *Jurnal Sistem Informasi*, 17, 1–19. <https://doi.org/10.21609/jsi.v17i1.1010>
- Sarstedt, M., Hair, J. F., Pick, M., Liengaard, B. D., Radomir, L., & Ringle, C. M. (2021). Progress in partial least squares structural equation modeling use in marketing research in the last decade. *Psychology and Marketing*, 39(5), 1035–1064. <https://doi.org/10.1002/mar.21640>
- Shaikh, A. A., Glavee-Geo, R., & Karjaluoto, H. (2018). How relevant are risk perceptions, effort, and performance expectancy in mobile banking adoption? In *Research anthology on securing mobile technologies and applications* (pp. 692–716). IGI Global. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4018/IJEER.2018040103>
- Shrestha, N. (2021). Factor Analysis as a Tool for Survey Analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 9(1), 4–11. <https://doi.org/10.12691/ajams-9-1-2>
- Sleiman, K. A. A., Jin, W., Juanli, L., Lei, H. Z., Cheng, J., Ouyang, Y., & Rong, W. (2022). The Factors of Continuance Intention to Use Mobile Payments in Sudan. *SAGE Open*, 12(3). <https://doi.org/10.1177/21582440221114333>
- Song, H. G., & Jo, H. (2023). Understanding the Continuance Intention of Omnichannel: Combining TAM and TPB. *Sustainability (Switzerland)*, 15(4), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su15043039>
- Statista. (2024). *Number of Netflix subscribers worldwide from 1st quarter 2013 to 4th quarter 2023*. <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>
- Sugiyono, L. (2020). Analisis Situasi Pembangunan Manusia di Jawa Tengah. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 3(1), 12. <https://doi.org/10.13057/ijas.v3i1.39910>

- Tam, C., Santos, D., & Oliveira, T. (2020). Exploring the influential factors of continuance intention to use mobile Apps: Extending the expectation confirmation model. *Information Systems Frontiers*, 22(1), 243–257. <https://doi.org/10.1007/s10796-018-9864-5>
- Tian, X. F., & Wu, R. Z. (2022). Determinants of the Mobile Health Continuance Intention of Elders with Chronic Diseases: An Integrated Framework of ECM-ISC and UTAUT. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(16). <https://doi.org/10.3390/ijerph19169980>
- Usman, A. U., Sunusi, A., & Tukur, K. (2020). *Numerical Analysis of Next-Generation Wireless Networks Using Modified PLS- SEM Model Numerical Analysis of Next-Generation Wireless Networks Using Modified PLS- SEM Model*. January.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2017). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. y. ., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu :: SSRN. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388
- Vika, D. (2022). *Pelanggan Netflix Berkurang hingga 970 Ribu di Kuartal II 2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/8eb818cd61f2ca4/pelanggan-netflix-berkurang-hingga-970-ribu-di-kuartal-ii-2022>
- Xue, L., Rashid, A. M., & Ouyang, S. (2024). The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) in Higher Education: A Systematic Review. *SAGE Open*, 14(1), 1–22. <https://doi.org/10.1177/21582440241229570>
- Yang, H., Cai, J., Yang, H. H., & Wang, X. (2023). Examining key factors of beginner's continuance intention in blended learning in higher education. *Journal of Computing in Higher Education*, 35(1), 126–143. <https://doi.org/10.1007/s12528-022-09322-5>
- Yap, Y. Y., Tan, S. H., & Choon, S. W. (2022). Elderly's intention to use technologies: A systematic literature review. *Heliyon*, 8(1), e08765. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08765>
- Yoesep, B. (2019). *Laris Manis Video on Demand*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/riset/2019/12/30/laris-manis-video-on-demand>
- Yuan, D., Rahman, M. K., Issa Gazi, M. A., Rahaman, M. A., Hossain, M. M., & Akter, S. (2021). Analyzing of User Attitudes Toward Intention to Use Social Media for Learning. *SAGE Open*, 11(4). <https://doi.org/10.1177/21582440211060784>
- Zainavy, S. F., Pratama, B. C., Fakhrudin, I., & Pandansari, T. (2023). E-Filing Report: Is Performance Expectancy, Effort Expectancy, Trust, and Perceived Risk Influencing the Intention To Use the System. *SAR (Soedirman Accounting Review): Journal of Accounting and Business*, 08(02), 234–250. <https://doi.org/10.32424/1.sar.2023.8.2.10162>