

DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN *STREAMING* DI PRIME VIDEO DIPENGARUHI OLEH PERSEPSI NILAI, KUALITAS APLIKASI, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN PETISAH)

Jimmy Christman S¹ Crist Angel Viani²
Program Studi Manajemen
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong masyarakat untuk semakin bergantung pada layanan hiburan berbasis aplikasi, khususnya platform streaming film dan serial. Ketatnya persaingan antar penyedia layanan streaming membuat konsumen memiliki banyak alternatif sehingga menjadi lebih kritis dalam memilih platform yang akan digunakan. Prime Video sebagai salah satu layanan streaming global masih menghadapi berbagai tantangan dalam menarik serta mempertahankan pengguna. Hal ini terlihat dari rendahnya tingkat keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh persepsi nilai yang belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna, kualitas aplikasi yang masih mengalami gangguan teknis, serta adanya ulasan negatif yang tersebar melalui *electronic word of mouth*. Kondisi tersebut memengaruhi persepsi masyarakat dan berdampak pada menurunnya minat berlangganan layanan Prime Video. Penelitian ini mengambil populasi masyarakat di Kecamatan Medan Petisah yang menggunakan aplikasi Prime Video, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan pendekatan *accidental*, yaitu responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu serta kemudahan dalam menjangkau mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nilai, kualitas aplikasi, dan *electronic word of mouth* masing-masing memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian layanan streaming Prime Video. Selain itu, secara simultan ketiga variabel tersebut juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian layanan streaming pada Prime Video.

Kata Kunci: Persepsi Nilai, Kualitas Aplikasi, Electronic Word of Mouth, Keputusan Pembelian