

**PENGARUH *ATTITUDE* DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL*
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* PADA PENGGUNA NETFLIX DI
INDONESIA**

***THE EFFECT OF ATTITUDE AND PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL ON
BEHAVIORAL INTENTION ON NETFLIX USERS IN INDONESIA***

Laisitha Sundari¹, Citra Kusuma Dewi²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

laisithasundari@student.telkomuniversity.ac.id¹, citrakusumadewi@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hasil dari penelitian Pengaruh *Attitude* Dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap *Behavioral Intention* Pada Pengguna Netflix Di Indonesia, dalam penelitian ini terdapat fenomena bahwa semakin tingginya peminat untuk menggunakan netflix yang dapat mempengaruhi *attitude toward behavior*, *perceived behavioral control* dan *behavioral intention*. Pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sehingga total sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99,9 responden yang dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif serta menggunakan metode uji T.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa penilaian responden yang merupakan 100 para pengguna Netflix di Indonesia terhadap *attitude toward behavior*, *perceived behavioral control* dan *behavioral intention* berada pada kategori baik, / tinggi, sehingga dapat dinyatakan bahwa sikap dan perilaku para pengguna setelah menonton Netflix berada pada kategori baik, dan keinginan para pengguna dalam berperilaku setelah menonton Netflix berada pada kategori baik/tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "pengaruh *attitude toward behavior* dan *perceived behavioral control* terhadap *behavioral intention* pada para pengguna Netflix di Indonesia", maka diperoleh kesimpulan, *Attitude toward behavior* dari pengguna Netflix di Indonesia berada pada kategori baik, *Perceived behavioral control* dari pengguna Netflix di Indonesia berada pada kategori baik, *Behavioral intention* dari pengguna Netflix di Indonesia berada pada kategori baik, *Attitude toward behavior* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*, dengan besaran kontribusi pengaruhnya sebesar 35.41% dan *perceived behavioral control* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*, dengan besaran kontribusi pengaruhnya sebesar 33.27%, *Attitude toward behavior* dan *perceived behavioral control* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*, dengan besaran kontribusi pengaruhnya sebesar 68.7%. Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran, sebagai berikut, perlunya Netflix memberikan tontotan yang bermuatan positif kepada para penggunanya, dan juga perlu adanya pengawasan dari pemerintah dalam hal ini kominfo, melakukan pengawasan dalam hal pengaturan dan mengawasi kegiatan usaha layanan film berlangganan melalui media internet salah satunya Netflix, agar tidak membuat dampak negatif bagi para penontonnya atau masyarakat, pihak Netflix perlu menambahkan fitur-fitur baru didalamnya, agar memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi para pengguna seperti fitur peringatan ancaman gangguan kesehatan jika telah banyak menonton film secara berturut-turut dengan durasi berlebihan dan menambahkan konten-konten yang edukatif dan juga menambahkan pengisi suara yang berbahasa Indonesia, bagi penelitian selanjutnya yang tertarik dengan penelitian yang serupa disarankan untuk memperdalam hasil penelitian dengan menggunakan metode lain dan pendekatan lain, agar hasil penelitian lebih mendetail dan beragam.

Kata kunci: *Attitude toward behavior, behavioral intention, perceived behavioral control*

Abstract

This study was conducted to determine the results of the research on the Effect of Attitude and Perceived Behavioral Control on Behavioral Intention in Netflix Users in Indonesia, in this study there is a phenomenon that there is a growing demand for netflix which can affect attitude toward behavior, perceived behavioral control and behavioral intention. this research was conducted using descriptive methods using quantitative methods.

The sampling technique used in this study used the Slovin formula, so that the total sample used in this study was 99.9 respondents rounded up to 100 respondents. The data analysis technique used is descriptive analysis technique and using the T test method.



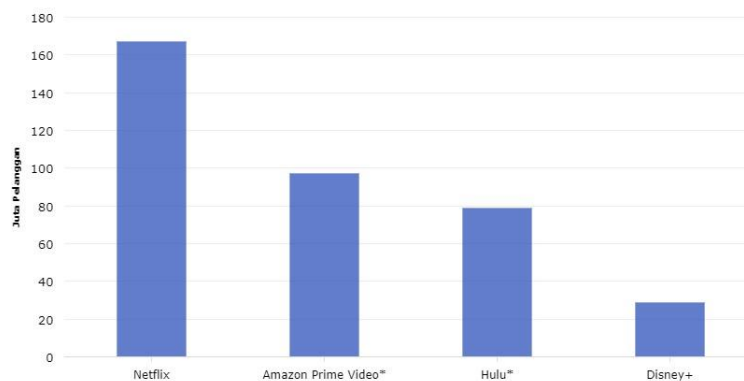
Based on the results of the descriptive analysis that has been conducted, it can be seen that the assessment of respondents who are 100 Netflix users in Indonesia towards attitude toward behavior, perceived behavioral control and behavioral intention are in the good / high category, so it can be stated that the attitudes and behavior of the users after watching Netflix is in the good category, and the users' desire to behave after watching Netflix is in the good / high category.

Based on the results of research on "the influence of attitude toward behavior and perceived behavioral control on behavioral intention on Netflix users in Indonesia", it can be concluded that Attitude toward behavior from Netflix users in Indonesia is in a good category, Perceived behavioral control from Netflix users in Indonesia is In the good category, the Behavioral intention of Netflix users in Indonesia is in the good category, Attitude toward behavior partially has a significant effect on behavioral intention, with a significant contribution of 35.41% and perceived behavioral control partially has a significant effect on behavioral intention. with the size of the contribution of the influence of 33.27%, Attitude toward behavior and perceived behavioral control simultaneously have a significant effect on behavioral intention, with the magnitude of the contribution of the effect of 68.7%. Based on the results of the research, the researcher provides several suggestions, as follows, the need for Netflix to provide positive-content views to its users, and also the need for supervision from the government in this case the Communication and Information Technology, supervising in regulating and supervising subscription film service business activities through the media internet, one of which is Netflix, so as not to have a negative impact on viewers or the public, Netflix needs to add new features in it, in order to provide convenience and comfort for users, such as a warning feature for the threat of health problems if they have watched a lot of movies in a row with excessive duration and adding educational content and also adding Indonesian-speaking voice actors, for further research interested in similar research, it is suggested to deepen the research results using other methods and other approaches, so that the results elitian is more detailed and varied.

Keywords: Attitude toward behavior, behavioral intention, perceived behavioral control

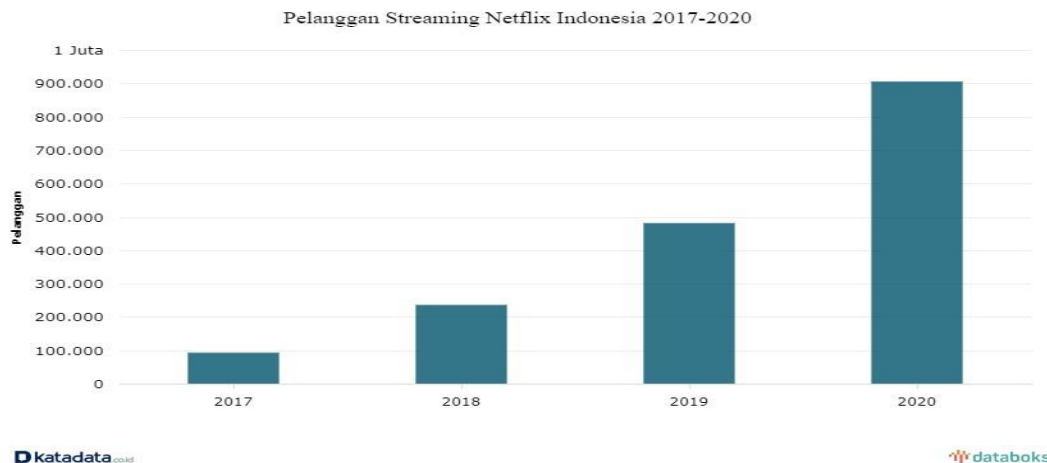
Pendahuluan

Netflix adalah sebuah perusahaan yang menyediakan layanan *streaming* media digital berkantor pusat di Los Gatos, California. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1997 oleh Reed Hasting dan March Radolph di Scott Valley, California. Bisnis utama dari perusahaan ini adalah layanan berlangganan *streaming* yang menawarkan film dan program televisi, termasuk beberapa program yang dibuat oleh Netflix sendiri.



Gambar 1.2 Jumlah Pelanggan Layanan Streaming 2020

Layanan *streaming* yang mengalami peningkatan salah satunya adalah Netflix. Netflix merupakan layanan *streaming* yang menawarkan banyak variasi film, mulai dari serial TV, dokumenter, hingga film-film terkemuka. Netflix mengumumkan mendapat peningkatan hingga 15,8 juta pelanggan membayar di triwulan I-2020. Sehingga secara keseluruhan menjadi 182,9 juta pelanggan membayar. Dengan ini terjadi penambahan jumlah pelanggan membayar Netflix ini menjadi yang tertinggi. Dalam triwulan I-2019, terjadi peningkatan 9,6 juta pelanggan membayar. Kemudian sempat menurun pada triwulan selanjutnya menjadi 2,7 juta pelanggan membayar. Triwulan III hingga IV-2019 meningkat menjadi 6,8 juta dan 8,8 juta pelanggan membayar (Katadata.co.id 2020). Dilansir dari Katadata (Gambar 1.2), berdasarkan data dari *Nakono.com*, pelanggan *streaming* Netflix Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang pesat dari tahun ke tahun. Pada 2017, total pelanggan *streaming* Netflix Indonesia mencapai 95 ribu pelanggan. Kemudian pada 2018, pelanggan Netflix Indonesia tumbuh 2,5 kali lipat menjadi 237,3 ribu pelanggan. Pada 2019, jumlah pelanggan Netflix di Indonesia diperkirakan mencapai 482 ribu atau meningkat dua kali lipat dibandingkan 2018. Pada tahun 2020 diprediksi jumlah pelanggan Netflix mencapai 907 ribu pelanggan atau melesit 88,35% dibandingkan dengan 2019 (Jayani, 2019).



Gambar 1.3 Pelanggan Streaming Netflix Indonesia 2017-2020

Sumber: katadata.co.id

Berdasarkan Gambar 1.3 yang menunjukkan terjadi juga perubahan tren pencarian kata kunci di Google selama pandemi. Salah satunya adalah dimana Netflix termasuk salah satu dari Top 9 pencarian sebanyak 23% (Lidwina, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap Netflix meningkat. Menurut Leung dan Chen (2017), minat atau *behavioral intention* untuk menonton televisi online seperti Netflix digambarkan dengan keinginan untuk mencari tahu, menonton dan bahkan merekomendasikan layanan televisi online tersebut. Menurut Putri dan Noor (2013), Minat (*Behavioral Intention*) yaitu kemauan konsumen untuk melakukan rekomendasi layanan kepada orang lain dan kemauan untuk melakukan pembelian berulang.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan dan hasil terdahulu mengenai pengguna Netflix di Indonesia serta jumlah kenaikan pelanggan Netflix, maka penelitian ini membahas **“Pengaruh *Attitude* dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna Netflix di Indonesia”**.

Kerangka Teoritis

Menurut Solomon (2015) perilaku konsumen adalah studi tentang proses yang dilakukan ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau membuang produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Menurut Ariyanto (2018), *attitude* merupakan respon konsumen terhadap suka atau tidaknya pada suatu objek. Respon tersebut menunjukkan sikap seseorang terhadap suatu objek

Perceived Behavioral Control adalah kontrol perilaku individu mengenai persepsi mudah atau sulitnya dalam menampilkan suatu perbuatan yang merupakan refleksi dari pengalaman masa lalu dan bentuk antisipasi dari hambatan. Kontrol perilaku berupa kemudahan, pendidikan, dan keterampilan dan kemampuan (Hendriawan and Ghina 2016).

Behavioral intention didefinisikan Mowen dalam Erni and Purnomo (2012) Sebagai keinginan konsumen untuk berperilaku menurut cara tertentu dalam rangka memiliki, membuang dan menggunakan produk atau jasa.

Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, oleh karena itu rumusan masalah peneliti biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan. Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh *Attitude* terhadap *Behavioral Intention* secara parsial.
2. Terdapat pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavioral Intention* secara parsial.
3. Terdapat pengaruh *Attitude* dan *Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavioral Intention* secara simultan.

3 Metode Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan dan calon pengguna Netflix di Indonesia dengan jumlah 906.500 (Sumber: infokomputer.grid.id).

Untuk memperoleh sampel yang sesuai dengan kebutuhan peneliti terdapat teknik sampling yang mampu membantu peneliti dalam menentukan sampel yang akan diambilnya. Untuk menentukan berapa minimal sampel yang ditarik guna keperluan penelitian, maka ditetapkan berdasarkan rumus Slovin yang dikutip oleh Sekaran

(2006:126) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan :

N= Besar populasi/ jumlah populasi

n= Jumlah sampel

$n e^2$ = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) 10% = 0,1

Maka,

$$n = \frac{906.500}{(906.500)(0,1)^2 + 1} = 99,9$$

Jadi berdasarkan hasil perhitungan rumus Slovin, sampel minimum dalam penelitian ini adalah 100 orang yang sebagai pengguna Netflix di Indonesia

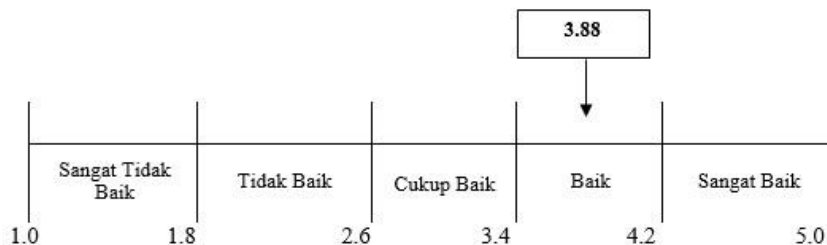
3.2 Teknik analisis

- Uji Validitas dan Uji Reabilitas
- Analisis deskriptif
- Uji hipotesis

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

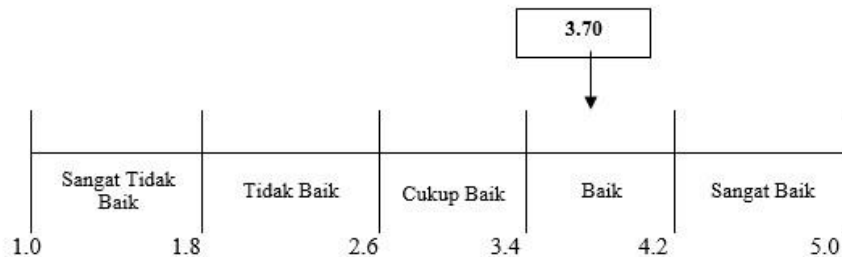
4.1 Analisis Deskriptif

a. *attitude toward behavior*



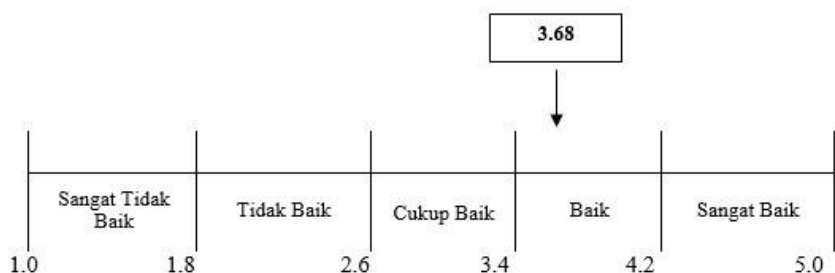
Berdasarkan garis kontinum diatas, diperoleh hasil skor rata-rata pada *attitude toward behavior* sebesar 3.88, hasil rata-rata sebesar 3.88 berada pada kriteria baik, sehingga dapat dinyatakan bahwa *attitude toward behavior* pada para pengguna Netflix sudah baik.

b. *Perceived behavioral control*



Berdasarkan garis kontinum diatas, diperoleh hasil skor rata-rata pada *perceived behavioral control* sebesar 3.70, hasil rata-rata sebesar 3.70 berada pada kriteria baik, sehingga dapat dinyatakan bahwa *perceived behavioral control behavior* pada para pengguna Netflix sudah baik.

c. Behavioral intention



Berdasarkan garis kontinum diatas, diperoleh hasil skor rata-rata pada *behavioral intention* sebesar 3.68, hasil rata-rata sebesar 3.68 berada pada kriteria baik, sehingga dapat dinyatakan bahwa *behavioral intention* pada para pengguna Netflix sudah baik.

4.2 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Variabel	No Item	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
<i>Attitude Toward Behavior X1</i>	P1	0.788	0.195	Valid
	P2	0.737	0.195	Valid
	P3	0.703	0.195	Valid
	P4	0.581	0.195	Valid
	P5	0.659	0.195	Valid
<i>Perceived Behavioral Control X2</i>	P1	0.924	0.195	Valid
	P2	0.718	0.195	Valid
	P3	0.870	0.195	Valid
<i>Behavioral Intention Y</i>	P1	0.660	0.195	Valid
	P2	0.772	0.195	Valid
	P3	0.865	0.195	Valid
	P4	0.795	0.195	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 hasil uji validitas diatas, diperoleh hasil bahwa seluruh item pertanyaan pada ketiga variabel memiliki nilai rhitung yang lebih besar dari rtabel 100 responden sebesar 0.195, sehingga didapatkan dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan pada masing-masing variabel dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
<i>Attitude Toward Behavior X1</i>	0.732	0.700	Reliabel
<i>Perceived Behavioral Control X2</i>	0.788	0.700	Reliabel
<i>Behavioral Intention Y</i>	0.775	0.700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai koefesien realibilitas *cronbach alpha* >0.700, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel.

4.4.1 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	563.017	2	281.508	106.362	.000 ^b
	Residual	256.730	97	2.647		

Total	819.747	99			
a. Dependent Variable: Behavioral Intention					
b. Predictors: (Constant), Perceived Behavioral Control, Attitude					

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, diperoleh hasil *t* hitung sebesar 106.362 dengan signifikansi (*pvalue*) sebesar 0.000, dikarenakan hasil *t* hitung > *t* tabel ($106.362 > 3.089$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa *attitude toward behavior* dan *perceived behavioral control* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* para pengguna Netflix di Indonesia.

4.4.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial digunakan untuk melihat apakah variabel independen (X) berpengaruh secara tunggal terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan perbandingan nilai *t* hitung dan *t* tabel yang diukur berdasarkan *rule of thumb*.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.062	.812		.076	.939
	Attitude	.447	.057	.498	7.830	.000
	Perceived Behavioral Control	.586	.078	.476	7.498	.000

a. Dependent Variable: Behavioral Intention

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, dari hasil pengujian hipotesis parsial (uji *t*), maka didapatkan hasil pengujian pada masing-masing variabel sebagai berikut:

a. Pengaruh Attitude Toward Behavior terhadap Behavioral Intention

Berdasarkan hasil pengujian pada pengaruh *attitude toward behavior* terhadap *behavioral intention*, diperoleh hasil *t* hitung sebesar 7.830 dengan signifikansi (*pvalue*) sebesar 0.000, dikarenakan hasil *t* hitung > *t* tabel ($7.830 > 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dinyatakan bahwa *attitude toward behavior* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* para pengguna Netflix di Indonesia.

b. Pengaruh Perceived Behavioral Control terhadap Behavioral Intention

Berdasarkan hasil pengujian pada pengaruh *perceived behavioral control* terhadap *behavioral intention*, diperoleh hasil *t* hitung sebesar 7.498 dengan signifikansi (*pvalue*) sebesar 0.000, dikarenakan hasil *t* hitung > *t* tabel ($7.498 > 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dinyatakan bahwa *perceived behavioral control* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* para pengguna Netflix di Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "pengaruh *attitude toward behavior* dan *perceived behavioral control* terhadap *behavioral intention* pada para pengguna Netflix di Indonesia", maka diperoleh kesimpulan, sebagai berikut:

- Attitude toward behavior* dari pengguna Netflix di Indonesia berada pada kategori baik.
- Perceived behavioral control* dari pengguna Netflix di Indonesia berada pada kategori baik.
- Behavioral intention* dari pengguna Netflix di Indonesia berada pada kategori baik.
- Attitude toward behavior* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*, dengan besaran kontribusi pengaruhnya sebesar 35.41% dan *perceived behavioral control* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*, dengan besaran kontribusi pengaruhnya sebesar 33.27%.
- Attitude toward behavior* dan *perceived behavioral control* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*, dengan besaran kontribusi pengaruhnya sebesar 68.7%.

5. Referensi

- [1] Ariyanto, Debby. 2018. "Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Repurchase Intention E-Money." *Jurnal Ilmu Manajemen* 6(4):583–89.
- [2] Ajzen, Icek. 2005. *Attitudes, Personality and Behavior*. Vol. 3.
- [3] Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- [4] Sunyoto, D. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.

- [5] Utami, Desy Budi. 2019. "Mengenal Indonesia Melalui Netflix Original Movie." *Jurnal Komunikasi* 11(1):70. doi: 10.24912/jk.v11i1.4051.
- [6] Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, and Martinus Budiantara. 2017. *Dasar-Dasar Statistika Penelitian*.
- [7] Mahesa, Andy Rava, and Citra Kusuma Dewi. 2019. "Bandung The Influence Of Attitude , Subjective Norms , Perceived Behavioral Control , Familiarity and Religiosity On Customer Intention in Determining Household Ownershio (KPR) in Bank BTN." 6(3):5999–6011.
- [8] Ghozali. 2016. *Koefisien Determinasi. In Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang.
- [9] Ariyanto, Debby. 2018. "Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Repurchase Intention E-Money." *Jurnal Ilmu Manajemen* 6(4):583–89.
- [10] Muslim, Aini, Amran Harun, Darbaz Ismael, and Bestoon Othman. 2020. "Social Media Experience, Attitude and Behavioral Intention towards Umrah Package among Generation X and Y." *Management Science Letters* 10(1):1–12. doi: 10.5267/j.msl.2019.8.020.

