

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Media sosial menjadi tempat berbagi berbagai hal, diantaranya seperti berbagi berita, gambar, video, dan sebagainya. Salah satu hal yang menarik pada media sosial saat ini adalah bagaimana pengguna dapat memberikan suatu opini atau komentar pada suatu topik[1]. Hal ini kemudian diikuti dengan hadirnya jaringan internet yang memudahkan setiap orang untuk mengakses informasi dan hiburan. Salah satu platform media sosial yang dapat diakses untuk kepentingan baik mencari informasi maupun hiburan adalah youtube. Youtube memungkinkan para penggunanya untuk mengunggah foto, berbagi video, maupun hanya sekedar menonton video[2].

Youtube adalah media sosial yang paling banyak diminati masyarakat, popularitas nya diproyeksikan akan terus meningkat seiring dengan jumlah pengguna. Meningkatnya popularitas youtube didorong oleh meningkatnya nilai guna platform berbagi video pada situs tersebut bagi para penggunanya[3]. Perkembangan youtube saat ini telah memiliki berbagai macam fitur-fitur layanan yang dibutuhkan penggunanya[4]. Pada November Tahun 2006 dan ditetapkan berjalan sebagai anak perusahaan Google Youtube merilis program premium pada youtube[5].

Layanan premium tersebut tentunya memberikan kenyamanan maksimal dalam penggunaannya seperti tidak ada iklan, kualitas yang lebih baik serta dapat mengunduh dan sebagainya. Youtube menawarkan layanan Youtube Premium demi kenyamanan pengguna platform Youtube, hanya dengan login akun Youtube menggunakan akun Google dan membayar sesuai harga paket langganan Youtube Premium yang dipilih. Penawaran layanan premium bagi konsumen ini menuntut Youtube untuk mampu memahami perilaku konsumen, termasuk indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap fitur-fitur Youtube Premium[6].

Theory of Reasoned Action (TRA) diajukan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) dan Ajzen dan Fishbein (1980)[7]. TRA sendiri merupakan suatu model yang dapat memberikan kerangka konseptual dalam memprediksi kinerja individu dalam berperilaku. Dalam konsep TRA yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) disebutkan bahwa ada dua faktor yang menentukan niat berperilaku, yakni sikap individual terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan norma subjektif (*subjective norms*), sikap terhadap perilaku sebagai faktor personal, dipengaruhi oleh sejumlah keyakinan individual akan akibat jika melakukan perilaku tersebut (*behavioral beliefs*) dan dipertimbangkan berdasarkan sejumlah penilaian individu akan hasil yang diperolehnya jika melakukan perilaku tersebut (*outcome evaluation*)[8]. Teori ini menjelaskan tentang tahapan-tahapan seseorang dalam berperilaku[9].

Maka penulis tertarik akan melakukan penelitian tentang bagaimana perilaku pelanggan yang kemudian menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen

untuk menggunakan layanan Youtube premium. Penelitian ini akan mencari tahu mengenai pengaruh faktor sikap dan norma subjektif dalam menggunakan layanan Youtube premium melalui pendekatan Theory of Reasoned Action (TRA).

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelanggan Layanan Premium pada Youtube menggunakan Theory of Reasoned Action (TRA)”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian tugas metode ini adalah : Bagaimanakah Menganalisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelanggan Layanan Premium pada Youtube menggunakan Theory of Reasoned Action (TRA) ?

1.3 BATASAN MASALAH

Untuk menghindari terjadinya pembahasan di luar topik dan judul penelitian, maka penulis melakukan pembatasan pada masalah, adapun Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelanggan Layanan *Premium* pada *Youtube*.
2. Penelitian ini menggunakan *Theory of Reasoned Action*.
3. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner melalui *google form*.
4. Responden dalam penelitian ini yaitu pengguna *Youtube* di Kota Jambi.
5. Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu minimal 100 orang.

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Adapun tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan akan di jelaskan sebagai berikut :

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang menguraikan secara tegas dan jelas tujuan dilaksanakan penelitian adalah untuk Menganalisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelanggan Layanan Premium pada Youtube Menggunakan Theory of Reasoned Action (TRA).

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian berikut adalah :

1. Agar dapat memberikan informasi tentang faktor yang berpengaruh terhadap pelanggan layanan *premium* pada *Youtube*.
2. Dapat digunakan sebagai bahan pengetahuan serta sebagai perbandingan dan sumber acuan untuk bidang kajian yang sama.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan ini memberikan gambaran secara umum tentang apa yang penulis kerjakan dalam setiap bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai studi literatur yang bersumber dari buku-buku, jurnal maupun internet yang memuat konsep-konsep teoritis dan digunakan sebagai kerangka atau landasan untuk menjawab masalah penelitian serta membantu penulis supaya memiliki landasan teori yang baik mengenai penelitian yang dilakukan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai tahapan proses yang dilakukan selama mengerjakan serta *Tools* (alat bantu) yang digunakan untuk mengembangkan perangkat lunak baik *software* maupun *hardware*.

BAB IV : MODEL DAN INSTRUMEN PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang model dan instrument dari penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan akan layanan *Youtube premium*.

BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang perhitungan hasil analisis tingkat faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan *Youtube premium*.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini terdapat kesimpulan dan saran penulis terhadap keputusan pembelian pada layanan Youtube Premium, kesimpulan menjelaskan tentang hasil penelian yang telah dilakukan, sedangkan saran merupakan penjelasan tentang masukan-masukan terhadap keputusan pembelian pada layanan Youtube Premium agar dapat dikembangkan lebih baik.