



Kepuasan Menonton Tayangan Streaming Netflix dan Vidio pada Kalangan Gen Z

Nadya Chaerunnisa¹, Dwiandra Firdaus², Harist Hibatullah³

^{1,2,3} Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: nadyaachaerunnisa@gmail.com¹, ternateind@gmail.com², harissudrajat92@gmail.com³

Article Info

Article history:

Received November 17, 2025

Revised November 28, 2025

Accepted December 10, 2025

Keywords:

Viewing Satisfaction, Netflix, Vidio, Gen Z

ABSTRACT

This study aims to measure Generation Z's satisfaction with Netflix and Vidio using an instrument that has passed validity and reliability testing. A quantitative survey method was applied using a Likert-scale questionnaire consisting of 14 items based on six indicators: content richness, ease of use, usefulness, price, free alternatives, and willingness to subscribe. A total of 62 respondents were selected through purposive sampling. All items were valid ($r = 0.419-0.668$) and reliable (Cronbach's Alpha = 0.745). The results showed that 72.97% of Netflix users reported high satisfaction and 27.03% moderate satisfaction, with an average score of 3.98. For Vidio, all users (100%) were in the high-satisfaction category with an average score of 3.89. These findings indicate that both platforms provide a satisfying viewing experience for Gen Z.

This is an open access article under the CC BY-SA license.



Article Info

Article history:

Received November 17, 2025

Revised November 28, 2025

Accepted December 10, 2025

Keywords:

Kepuasan Menonton, Netflix, Vidio, Gen Z

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan mengukur tingkat kepuasan Generasi Z terhadap layanan streaming Netflix dan Vidio menggunakan instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Penelitian dilakukan dengan metode survei kuantitatif menggunakan kuesioner skala Likert berisi 14 item berdasarkan enam indikator kepuasan, yaitu *content richness*, *ease of use*, *usefulness*, *price*, *free alternatives*, dan *willingness to subscribe*. Sebanyak 62 responden dipilih melalui *purposive sampling*. Seluruh item dinyatakan valid ($r = 0.419-0.668$) dan reliabel (Cronbach's Alpha = 0.745). Hasil analisis menunjukkan bahwa 72,97% pengguna Netflix berada pada kategori kepuasan tinggi dan 27,03% sedang, dengan rata-rata skor 3,98. Pada Vidio, seluruh responden (100%) berada pada kategori kepuasan tinggi dengan rata-rata skor 3,89. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua platform mampu memberikan pengalaman menonton yang memuaskan bagi Gen Z.

This is an open access article under the CC BY-SA license.



Corresponding Author:

Nadya Chaerunnisa

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: nadyaachaerunnisa@gmail.com



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengonsumsi hiburan, terutama dalam bentuk tayangan audiovisual. Platform streaming seperti Netflix dan Vidio menjadi dua layanan yang populer di Indonesia, menawarkan beragam konten hiburan yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Kemudahan akses, variasi konten, serta personalisasi tayangan menjadi daya tarik utama bagi para pengguna, khususnya Generasi Z (Gen Z) kelompok usia yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan dikenal sangat akrab dengan teknologi serta layanan digital.

Sebagai generasi yang tumbuh bersama internet dan media sosial, Gen Z memiliki preferensi unik dalam memilih platform hiburan. Mereka tidak hanya mempertimbangkan isi tayangan, tetapi juga memperhatikan aspek pengalaman pengguna, kualitas video, dan fleksibilitas berlangganan. Oleh karena itu, memahami tingkat kepuasan Gen Z terhadap platform *streaming* menjadi penting, baik bagi penyedia layanan maupun pihak yang tertarik dalam studi perilaku konsumen digital.

Untuk mengukur kepuasan tersebut, diperlukan instrumen yang valid dan reliabel. Uji validitas menjadi langkah awal yang krusial dalam memastikan bahwa alat ukur yang digunakan benar-benar merepresentasikan dimensi-dimensi kepuasan secara akurat. Dalam konteks ini, laporan ini disusun untuk melakukan uji validitas terhadap instrumen survei yang mengukur kepuasan menonton tayangan streaming di platform Netflix dan Vidio pada kalangan Gen Z. Hasil uji validitas ini diharapkan dapat memberikan landasan yang kuat untuk penelitian lebih lanjut serta menjadi acuan bagi pengembangan layanan streaming yang lebih sesuai dengan preferensi generasi muda masa kini.

Kepuasan menonton pada layanan streaming seperti Netflix dan Vidio dipengaruhi oleh sejauh mana kinerja layanan memenuhi atau melampaui harapan pengguna, sebagaimana dijelaskan oleh Kotler dan Keller bahwa kepuasan muncul dari perbandingan antara persepsi kinerja dan harapan awal. Dalam konteks streaming, kepuasan ini dapat dilihat melalui kualitas gambar, kemudahan navigasi, kecepatan akses, ketersediaan *subtitle*, serta ragam dan relevansi konten. Karena sifatnya subjektif, ekspektasi tiap pengguna dapat berbeda, mulai dari genre favorit, eksklusivitas tayangan, hingga pertimbangan harga berlangganan. Oleh sebab itu, penyedia layanan *streaming* perlu menyesuaikan kualitas dan fitur platform agar harapan pengguna terpenuhi dan menghasilkan tingkat kepuasan yang optimal.

Menurut Fred Davis, terdapat enam indikator utama yang memengaruhi kepuasan pengguna terhadap layanan *streaming*, yaitu *content richness*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived price*, *free alternatives*, dan *willingness to subscribe*. *Content richness* menekankan ragam genre serta cakupan konten global sebagai faktor penentu kepuasan dan loyalitas. *Perceived ease of use* dan *perceived usefulness* menggambarkan kemudahan penggunaan serta manfaat nyata yang dirasakan. Sementara itu, *perceived price* berperan dalam keputusan berlangganan, yang dapat dipengaruhi oleh keberadaan *free alternatives*. Pada akhirnya, *willingness to subscribe* muncul ketika konten dirasakan berkualitas, eksklusif, dan memenuhi kebutuhan emosional pengguna.

Netflix dan Vidio menjadi dua platform *streaming* populer dengan karakteristik layanan yang berbeda. Netflix dikenal sebagai layanan streaming legal dengan variasi genre internasional serta konten eksklusif *Netflix Originals*, dapat diakses melalui berbagai perangkat,



dan menawarkan paket harga mulai dari Rp49.000 hingga Rp169.000. Sementara itu, Vidio platform OTT lokal yang diluncurkan pada 2014 menyediakan hiburan lengkap mulai dari film, TV, radio, olahraga, hingga *Vidio Original Series*, serta akses ke lebih dari 50 stasiun TV dan 30 radio. Vidio menawarkan paket berlangganan yang bervariasi dari Rp19.000 hingga Rp199.000, sehingga menjadi alternatif kompetitif bagi pengguna yang menginginkan konten lokal maupun internasional.

Penelitian Zulfia Hidayani Asra (2023) menggunakan teori *Uses and Gratifications* dan menganalisis tingkat kepuasan menonton tayangan Streaming Netflix dan Vidio pada anggota DNK TV. Hasilnya menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan dalam tingkat kepuasan terhadap kedua platform tersebut. Namun, Netflix memiliki skor kepuasan yang sedikit lebih tinggi dibandingkan Vidio. Ini menunjukkan bahwa layanan streaming lokal seperti Vidio telah mampu bersaing dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan serta ekspektasi pengguna di Indonesia, khususnya di kalangan anggota DNK TV.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme yang menekankan pengamatan objektif, pengukuran kuantitatif, dan pemisahan peneliti dari objek penelitian untuk meminimalkan bias. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang berorientasi pada pengujian teori melalui data berbentuk angka, bersifat terstruktur, objektif, dan dianalisis menggunakan statistik. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan analisis deskriptif kuantitatif, yang bertujuan menyajikan data apa adanya melalui perhitungan distribusi frekuensi, persentase, rata-rata, median, dan modus. Penelitian dilakukan secara daring pada bulan Juni 2025, memungkinkan peneliti menjangkau responden dari berbagai wilayah Indonesia melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan X.

Populasi penelitian ini adalah generasi Z di Indonesia, yaitu individu lahir antara tahun 1997-2012. Sampel diperoleh menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden merupakan pengguna aktif layanan *streaming* berbayar (Netflix dan Vidio). Jumlah sampel sebanyak 62 responden dianggap memenuhi kebutuhan minimal analisis deskriptif dan mampu menggambarkan kecenderungan kepuasan menonton pada Gen Z. Data yang digunakan dalam penelitian merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan Google Form. Kuesioner disusun berdasarkan indikator kepuasan menonton yang telah ditetapkan dan diisi langsung oleh responden secara mandiri (Singarimbun et al., 1995).

Instrumen penelitian berupa kuesioner skala Likert digunakan untuk mengukur variabel kepuasan menonton dengan enam indikator, yaitu *content richness*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived price*, *free alternatives*, dan *willingness to subscribe*. Skala Likert digunakan untuk memberi skor terhadap sikap responden dari sangat tidak puas hingga sangat puas. Instrumen terdiri dari 14 item pernyataan yang seluruhnya telah diuji validitas dan menunjukkan nilai koefisien *Pearson's r* antara 0.419–0.668 dengan $p < 0.001$ atau $p = 0.001$ ($N = 58$; $df = 56$), sehingga memenuhi kriteria validitas konstruk ($r > 0.30$). Hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha memperoleh nilai 0.745, lebih tinggi dari batas minimum



0.60, sehingga instrumen dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur kepuasan menonton (Ghozali, 2013).

Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan kuesioner Google Form yang disebarluaskan melalui WhatsApp Group, Instagram, dan X untuk menjangkau Gen Z yang aktif menggunakan layanan streaming berbayar. Pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi Jamovi versi 2.6, sedangkan analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik dan kecenderungan jawaban responden tanpa melakukan generalisasi lebih luas. Analisis ini menghasilkan gambaran numerik seperti frekuensi, persentase, dan kecenderungan tingkat kepuasan menonton tayangan streaming pada generasi Z di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Demografi Responden

Tabel 1. Data Demografi Usia

No.	Umur	Jumlah	Presentase
1.	14	1	1,6%
2.	18	4	6,5%
3.	19	10	16,1%
4.	20	30	48,4%
5.	21	3	4,8%
6.	22	7	11,3%
7.	23	6	9,7%
8.	26	1	1,6%

Berdasarkan data demografi pada Tabel 1, responden dalam penelitian ini memiliki rentang usia 14 hingga 26 tahun. Mayoritas responden berusia 20 tahun, yaitu sebanyak 30 orang atau setara dengan 48,4% dari total responden dan minoritas responden berusia 14 dan 26 tahun, yaitu sebanyak 1 orang atau setara dengan 1,6%.

Tabel 2. Data Demografi Jenis Kelamin

Responden	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	15 Orang	24,2%
Perempuan	47 Orang	75,8%

Berdasarkan hasil analisis karakteristik responden pada Tabel 2 menurut jenis kelamin, dari total 62 responden, mayoritas adalah perempuan sebanyak 47 orang atau sebesar 75,8%. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 15 orang atau sebesar 24,2%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki.

Tabel 3. Data Demografi Layanan *Streaming*

Layanan <i>Streaming</i>	Jumlah	Presentase
Netflix	37	59,7%



Vidio	25	40,3%
-------	----	-------

Berdasarkan Tabel 3, dari total responden, mayoritas memilih Netflix sebagai layanan *streaming* yang mereka gunakan, dengan jumlah pengguna sebanyak 37 orang atau sekitar 59,7%. Sementara itu, layanan Vidio digunakan oleh 25 orang, yang setara dengan 40,3% dari total responden. Data ini menunjukkan bahwa Netflix lebih populer dibandingkan Vidio di kalangan responden dalam survei ini. Popularitas Netflix kemungkinan dipengaruhi oleh variasi konten yang lebih luas, fitur yang lebih lengkap, atau preferensi pengguna terhadap platform internasional.

2. Kepuasan Menonton Tayangan *Streaming*

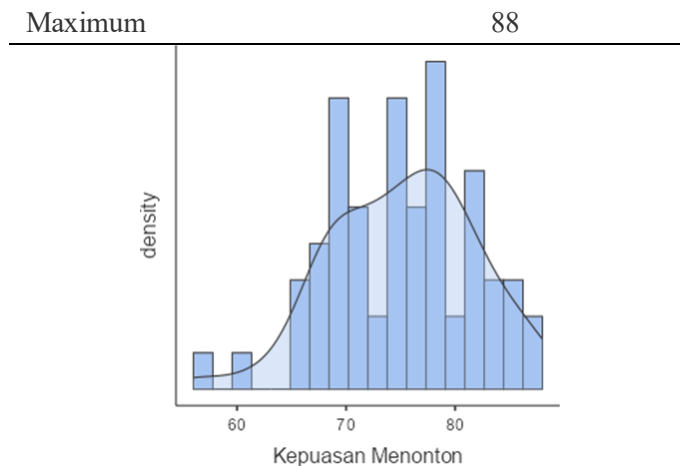
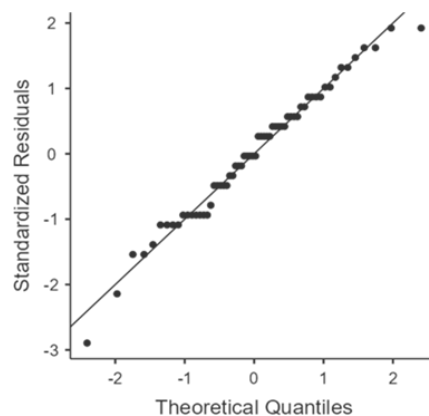
Tabel 4. Statistik Deskriptif

Deacriptives	Total
N	62
Missing	0
Mean	75.2
Median	75
Mode	69
Standard deviation	6.64
Minimum	56
Maximum	88
Shapiro-Wilk W	0.982
Shapiro-Wilk p	0.497

Berdasarkan analisis deskriptif pada Tabel 4 terhadap 62 data tanpa nilai hilang, diperoleh nilai rata-rata sebesar 75,2 dengan median 75 dan modus 69, yang menunjukkan bahwa data cenderung terpusat di sekitar angka 75. Simpangan baku sebesar 6,64 mengindikasikan bahwa variasi data relatif stabil di sekitar nilai tengah, dengan rentang skor antara 56 hingga 88 atau selisih 32 poin. Hasil uji normalitas *Shapiro-Wilk* menunjukkan nilai $p = 0,497$ ($p > 0,05$), sehingga data dapat dikatakan berdistribusi normal dan layak digunakan untuk analisis statistik parametrik.

Tabel 5. Analisis Normalitas

Descriptives	Kepuasan Menonton
N	62
Missing	0
Mean	75,226
Median	75,000
Mode	69,000
Standard deviation	66,417
Range	32
Minimum	56

**Gambar 1.** Histogram**Gambar 2.** Diagram QQ Plot

Gambar 1 dan 2 menunjukkan hasil histogram dan Q-Q plot menggambarkan bahwa distribusi data kepuasan menonton mendekati normal, ditandai dengan bentuk histogram yang simetris dan titik-titik pada Q-Q plot yang mengikuti garis lurus, meskipun terdapat sedikit penyimpangan di bagian ekor yang masih dalam batas wajar. Analisis terhadap 14 indikator (X1.1-X1.14) yang seluruhnya terisi lengkap oleh 62 responden dengan skala Likert 1-5 menunjukkan rata-rata nilai berada pada kisaran 35.000-42.581 dengan median mayoritas pada angka 40.000, mencerminkan kecenderungan penilaian yang tinggi dan stabil. Standar deviasi berkisar 0.59190–0.93975, di mana X1.1 memiliki jawaban paling seragam, sedangkan X1.9 dan X1.11 menunjukkan variasi tanggapan lebih besar; meskipun demikian, seluruh nilai tetap berada dalam rentang skala dan menggambarkan persepsi kepuasan yang tinggi serta relatif konsisten.

Tabel 6. Distribusi Frekuensi

Rentang Nilai	Nilai Tengah	Frekuensi	Prosentase Abs	Prosentase Relatif
56 – 60	58	1	1.6%	1.60%
61 – 65	63	3	4.8%	6.50%
66 – 70	68	13	21.0%	27.40%
71 – 75	73	15	24.2%	51.60%



76 – 80	78	16	25.8%	77.40%
81 – 85	83	10	16.1%	93.50%
86 – 90	88	4	6.5%	100.00%

Tabel 7. Ketegorisasi Tingkat Kepuasan Menonton

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persen
Rendah	< 65	2	3.225806
Sedang	65 - 103	60	96.77419
Tinggi	103 <	0	0
Total		62	100

Dari hasil tabel 7, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden, yaitu sebanyak 60 orang (96,77%), berada dalam kategori sedang dengan nilai antara 65 hingga 103. Hanya 2 responden (3,23%) yang termasuk dalam kategori rendah dengan nilai di bawah 65, sementara tidak ada responden yang masuk dalam kategori tinggi (nilai di atas 103). Hal ini menunjukkan bahwa secara umum tingkat skor responden cenderung berada pada tingkat sedang, dan tidak terdapat nilai ekstrem ke arah tinggi. Distribusi ini juga mengindikasikan bahwa variabel yang diukur belum mencapai tingkat optimal atau sangat tinggi dalam persepsi responden, namun secara keseluruhan masih berada dalam kategori yang wajar atau cukup baik.

3. Analisis Tingkat Kepuasan Menonton pada Tayangan *Streaming Platform Netflix*

Tabel 8. Analisis Indikator Tingkat Kepuasan Menonton pada Tayangan *Streaming Platform Netflix*

	N	Missing	Mean	Median	Mode	Standard deviation	Minimum	Maximum
X1.1	37	0	4,35	4	4	0,484	4	5
X1.2	37	0	4,32	4	4	0,58	3	5
X1.3	37	0	4,03	4	4	0,645	3	5
X1.4	37	0	4,16	4	4	0,834	2	5
X1.5	37	0	4,16	4	4	0,8	2	5
X1.6	37	0	3,95	4	4	0,78	2	5
X1.7	37	0	3,57	4	3	0,867	1	5
X1.8	37	0	4,22	4	4	0,672	2	5
X1.9	37	0	3,84	4	3	0,834	3	5
X1.10	37	0	3,92	4	4	0,682	3	5
X1.11	37	0	3,78	4	4	0,886	2	5
X1.12	37	0	3,84	4	4	0,866	1	5
X1.13	37	0	3,54	4	3	0,836	1	5
X1.14	37	0	4,03	4	4	0,799	2	5

Berdasarkan Tabel 8, hasil analisis deskriptif terhadap 14 indikator kepuasan menonton Netflix oleh 37 responden, dapat disimpulkan bahwa secara umum responden merasa puas,



ditunjukkan oleh rata-rata nilai indikator yang berada di atas 3,5 serta median dan modus yang dominan pada angka 4. Indikator dengan nilai tertinggi adalah X1.5 (4,46), menunjukkan kepuasan yang sangat tinggi, sementara indikator terendah adalah X1.13 (3,54), yang masih berada dalam kategori cukup puas. Meskipun ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti X1.13 dan X1.8, secara keseluruhan data ini menunjukkan bahwa responden merasa puas terhadap pengalaman menonton di platform Netflix

Tabel 9. Tingkat Kepuasan Menonton Tayangan *Streaming* Netflix

KATEGORISASI DATA HIPOTETIK			
Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persen
Rendah	< 33	0	0.00
Sedang	33 - 51	10	27.03
Tinggi	51 <	27	72.97
Total		37	100.00

Berdasarkan Tabel 9, hasil kategorisasi data hipotetik terhadap 37 responden, tidak terdapat responden yang masuk dalam kategori rendah (skor < 33). Sebanyak 10 responden (27,03%) berada dalam kategori sedang (skor 33–51), sedangkan mayoritas responden, yaitu 27 orang (72,97%), termasuk dalam kategori tinggi (skor > 51).

Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki skor yang tinggi terhadap variabel yang diukur. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi atau penilaian responden terhadap topik penelitian cenderung positif dan kuat.

4. Analisis Tingkat Kepuasan Menonton pada Tayangan Streaming Platform Vidio

Tabel 10. Analisis Indikator Tingkat Kepuasan Menonton pada Tayangan *Streaming* Platform Vidio

	N	Missing	Mean	Median	Mode	Standard deviation	Minimum	Maximum
X1.1	25	0	4,08	4	4	0,702	2	5
X1.2	25	0	4,16	4	4	0,746	2	5
X1.3	25	0	3,6	4	4	0,913	1	5
X1.4	25	0	4,2	4	4	0,577	3	5
X1.5	25	0	4	4	4	0,645	3	5
X1.6	25	0	3,92	4	4	0,759	2	5
X1.7	25	0	3,44	3	3	0,87	2	5
X1.8	25	0	4,04	4	4	0,676	2	5
X1.9	25	0	3,88	4	4	1,05	1	5
X1.10	25	0	3,92	4	4	0,64	3	5
X1.11	25	0	3,68	4	4	1,03	1	5
X1.12	25	0	3,72	4	4	0,792	2	5
X1.13	25	0	3,44	4	4	0,87	1	5
X1.14	25	0	3,76	4	4	0,97	1	5



Berdasarkan Tabel 10, hasil analisis terhadap 14 indikator kepuasan menonton platform Vidio dari 25 responden, seluruh data terisi lengkap tanpa missing value. Rata-rata nilai indikator berkisar antara 3,44 hingga 4,2, dengan indikator tertinggi pada X1.5 (mean = 4,2) dan terendah pada X1.7 dan X1.13 (mean = 3,44). Median dan modus seluruh indikator bernilai 4, menunjukkan konsistensi persepsi responden yang cenderung puas. Meskipun terdapat beberapa indikator dengan nilai mean mendekati 3,5 dan standar deviasi yang tinggi seperti X1.9 (1,05) dan X1.11 (1,103), yang menandakan keragaman pendapat, secara keseluruhan data menunjukkan bahwa responden merasa puas menonton tayangan di platform Vidio, namun kepuasan tersebut sedikit lebih rendah dan lebih bervariasi dibandingkan Netflix, sehingga beberapa aspek (Widhiarso, 2020)

Tabel 11. Tingkat Kepuasan Menonton Tayangan *Streaming* Vidio
KATEGORISASI DATA HIPOTETIK

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persen
Rendah	< 33	0	0
Sedang	33 - 51	0	0
Tinggi	51 <	25	100
Total		25	100

Berdasarkan hasil kategorisasi data hipotetik pada Tabel 11, seluruh responden (100%) atau sebanyak 25 orang masuk dalam kategori kepuasan tinggi (skor > 51). Tidak ada responden yang termasuk dalam kategori sedang maupun rendah.

Hal ini menunjukkan bahwa semua pengguna dalam data ini merasa sangat puas terhadap layanan Vidio. Capaian ini mencerminkan performa layanan yang sangat baik dan mampu memenuhi, bahkan melampaui, ekspektasi pengguna. Namun demikian, evaluasi dan peningkatan tetap perlu dilakukan secara berkala untuk mempertahankan dan memperkuat tingkat kepuasan ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kategorisasi tingkat kepuasan dari 37 responden pengguna Netflix, ditemukan bahwa sebanyak 27 responden (72,97%) termasuk dalam kategori kepuasan tinggi, sedangkan 10 responden (27,03%) termasuk dalam kategori kepuasan sedang. Tidak ada responden yang termasuk dalam kategori kepuasan rendah. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna Netflix dari kalangan Gen-Z merasa sangat puas terhadap tayangan dan layanan yang disediakan platform tersebut. Rata-rata skor kepuasan keseluruhan terhadap Netflix adalah 3,98, dengan indikator tertinggi berada pada aspek keragaman tayangan (mean 4,35) dan indikator terendah pada kesediaan untuk terus berlangganan (mean 3,54). Ini mengindikasikan bahwa secara umum Netflix telah berhasil memberikan pengalaman menonton yang memuaskan bagi pengguna Gen-Z, meskipun masih ada ruang peningkatan pada aspek loyalitas berlangganan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 25 responden pengguna Vidio, 100% responden berada dalam kategori kepuasan tinggi (skor > 51), dan tidak ada satu pun yang termasuk dalam kategori sedang maupun rendah. Rata-rata skor kepuasan pengguna Vidio



adalah 3,89, yang berarti berada pada tingkat kepuasan yang tinggi. Indikator dengan nilai tertinggi adalah fitur layanan (mean 4,2), sedangkan nilai terendah berada pada indikator layanan pelanggan dan kesediaan untuk terus berlangganan (masing-masing mean 3,53). Temuan ini menunjukkan bahwa platform Vidio mampu memberikan tayangan yang memuaskan dan sesuai dengan harapan pengguna Gen-Z, terutama dalam hal konten lokal dan kemudahan akses, meskipun perlu peningkatan pada beberapa aspek layanan agar kepuasan ini dapat dipertahankan atau ditingkatkan ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21: Update PLS regresi*. Universitas Diponegoro.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1995). *Metode penelitian survai*. LP3ES.
- Widhiarso, W. (2020). *KATEG: Program bantu analisis kategorisasi skor*. Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada.