

DAFTAR PUSTAKA

- Alfan, M. U. (2021). Pengaruh Web Series Netflix Terhadap Kebutuhan Film Hiburan Mahasiswa FISIP USU.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- A'yun, M. Q. (2008). *Pengembangan Aplikasi Pembelajaran Berbasis Teknologi Video On Demand*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Azalia, D. W. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Layanan Video on Demand (Studi Pada Pengguna Netflix). *Diponegoro Journal of Management*, 9 (2), 1-12.
- Bungin, B. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cheong, H. &. (2012). Mobile internet acceptance in Korea. *Journal of Internet Research*, 15 (2), 125-140.
- Chiang, C. (2007). The Effects of Perceived Price and Brand Image on Value and Purchase Intention: Leisure Travelers' Value and Purchase Intention: Leisure Travelers' Attitudes Toward Online Hotel Booking. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 15 (3), 49-69.
- Dah, K. (2015). Understanding of broadband television user' discontinuance intention to use. *Industrial Management & Data System*, 15 (2).
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research*, Vol. 32 No. 4:699-716.
- Hasan, V. A. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Willingness to Subscribe: Telaah pada Layanan Video on Demand Netflix. *Ultima Management Vol. 9*.
- Hurlock, E. (1978). *Perkembangan Anak*. Jakarta: Erlangga.
- Jung, Y. (2009). Consumer adoption of mobile TV: Examining psychological flow and media content. *Computers in Human Behavior*, 25 (1), 123-129.
- Nursalam. (2003). *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan Pedoman Skripsi, Tesis dan Instrumen Penelitian Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Prabowo, R. (2019). Analisis Loyalitas Pengguna Layanan Video on Demand Berlangganan Netflix Menggunakan Extended Unified Theory Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2).
- Rangkuti, F. (2004). *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Riyono, P. (1987). *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya.
- Sathye. (1999). Adoption of Internet Banking by Australian consumers : an empirical investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 17 (7), 324-334.
- Schiffman. (2007). *Consumer Behaviour 7th Edition*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suroya, D. L. (2020). Analisis Perilaku Binge-Watching Pengguna Netflix.
- Thompson, R. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, pp. 125-143.
- Tileng, K. G. (n.d.). Penerapan Technology Acceptance Model pada Aplikasi Edmodo di Universitas Ciputra Surabaya menggunakan Analisis Jalur. *Jurnal JUISI Vol. 1*.
- Tuan, N. (2012). Effects of Service Quality and Price Fairness on Student Satisfaction.

- International Journal of Business and Social Science*, 3 (9), 132-150.
- Wei, T. (2009). What drives Malaysian m-commerce adoption? An empirical analysis. *Industrial Management & Data System*, 109 (3), 370-388.
- Wekke, S. I. (2018). *Pertautan antara Internet dengan Politik*. Jakarta: Diandra Kreatif.
- Weniger, S. (2010). User Adoption of IPTV: A research model. *In: 23rd Bled Proceedings*.
- Wibowo, T. O. (n.d.). Fenomena Website Streaming Film di Era Media Baru: Godaan, Perselisihan, dan Kritik. *Jurnal Kajian Komunikasi Vol. 6*.
- Widhiastini, N. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat Dalam Pilkada Bali. *Jurnal Ilmu Adm.*, 8 (1):1-11.
- Yusuf, N. A. (2019). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembentukan Minat Berlangganan di Industri Video-on-Demand di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 3*.
- Zahara, E. N. (2020). Binge Watching: Cara Baru Menonton Televisi sebagai Dampak Konvergensi Media.

[Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia \(detik.com\)](#) (Diakses pada 3 Januari 2021 pukul 10.07 WITA)

[Learning from Netflix's New Logo Design | Brand Analysis \(nxtbookmedia.com\)](#) (Diakses pada 3 Januari 2021 pukul 10.45 WITA)

[Ini Cara Langganan Netflix di Berbagai Paket Untuk Nonton Film | Gadgetren](#) (Diakses pada 10 Januari pukul 22.32 WITA)

[Berapa Pelanggan Streaming Netflix di Indonesia? | Databoks \(katadata.co.id\)](#) (Diakses pada 10 Januari 23.18 WITA)

[Akhirnya Masuk Indonesia, Netflix Itu Apa? \(kompas.com\)](#) (Diakses pada 8 Agustus 2021 pukul 12.21 WITA)

[Beranda | Covid19.go.id](#) (Diakses pada 19 September 2021 pukul 20.41 WITA)

[Awal Mula Sejarah Netflix yang Perlu Kamu Ketahui! \(axa.co.id\)](#) (Diakses pada 1 November pukul 09.10 WITA)

[Memperkenalkan Tentang Web Series | TONTONAN INTERNET \(wordpress.com\)](#) (Diakses pada 17 November 23.21 WITA)

LAMPIRAN

Hubungan Antara Layanan Video-on-Demand Netflix dan Minat Berlangganan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Halo, nama saya Audrey Yolanda, mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Hasanuddin tahun 2017. Saat ini, saya sedang membutuhkan bantuan teman-teman dalam rangka pemenuhan tugas akhir (skripsi). Oleh karena itu, saya memohon kesediaan teman-teman untuk menjadi responden penelitian saya.

Adapun kriteria yang saya butuhkan, antara lain:

1. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Hasanuddin tahun 2017, 2018, 2019, dan 2020.
2. Pernah atau belum pernah berlangganan Netflix

Apabila teman-teman termasuk dalam kriteria di atas, saya memohon kesediaan teman-teman untuk mengisi form ini.

Atas perhatian dan waktu yang sudah diluangkan, saya ucapkan terima kasih.

Nama Lengkap *

Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin *

- Laki-laki
- Perempuan

Angkatan *

- 2017
- 2018
- 2019
- 2020

Layanan Video-on-Demand Netflix (X)

Deskripsi (opsional)

Netflix menyediakan layanan yang up-to-date *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

Netflix menyediakan layanan yang beragam *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

Netflix menyediakan layanan yang dibutuhkan *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

Perceived Usefulness (Y1)

Deskripsi (opsional)



Menggunakan Netflix meningkatkan produktivitas saya dalam menonton film/series *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Menggunakan Netflix meningkatkan efektivitas saya dalam menonton film/series *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju



Menggunakan Netflix memberikan saya manfaat dalam menonton film/series *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Perceived Ease of Use (Y2)

Deskripsi (opsional)

Netflix mudah digunakan *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

Netflix berfungsi dengan baik *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Netflix memberikan jaminan keamanan dan privasi *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Perceived Price (Y3)

Deskripsi (opsional)

Biaya paket berlangganan Netflix masuk akal *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Biaya paket berlangganan Netflix sepadan dengan apa yang didapatkan *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Perbandingan biaya paket berlangganan Netflix dengan kompetitornya mempengaruhi keputusan saya untuk tetap berlangganan Netflix *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Minat Berlangganan (Y4)

Deskripsi (opsional)

Saya berniat untuk mendapatkan paket berlangganan Netflix pada bulan-bulan berikutnya *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

⋮

Saya berniat untuk tetap menggunakan Netflix daripada kompetitornya *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

⋮

Jika saya mampu, saya tidak berniat memberhentikan paket berlangganan Netflix *

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju