

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul “Analisis Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Layanan *Video on Demand (VoD)* (Studi Kasus: Mahasiswa FEB Universitas Jenderal Soedirman)”. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis (1) Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi harga, variasi konten, dan pendapatan terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan layanan *Video on Demand (VoD)*. (2) Untuk mengetahui faktor mana yang paling berpengaruh besar terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan layanan *Video on Demand (VoD)*.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 96 mahasiswa FEB Universitas Jenderal Soedirman yang terpilih dengan menggunakan metode *Proportionate Stratified Random Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi logistik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan layanan *Video on Demand (VoD)*. Sedangkan variabel variasi konten dan pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan layanan *Video on Demand (VoD)*.

Implikasi dari penelitian ini adalah bagi para penyedia layanan *Video on Demand (VoD)* sebaiknya menyediakan konten yang lebih beragam, eksklusif, dan edukatif, selanjutnya dari pihak penyedia layanan dapat meningkatkan promo ataupun program coba gratis (*free trial*) sehingga dapat menarik konsumen baru. Selain itu, kemudahan dan kemanfaatan penggunaan aplikasi layanan *Video on Demand (VoD)* menjadi daya tarik utama bagi para konsumen untuk menggunakan layanan sehingga diperlukan peningkatan fitur dan fasilitas layanan agar dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada.

Kata Kunci: *preferensi konsumen, Video on Demand (VoD), persepsi, variasi konten, pendapatan*

SUMMARY

This study entitled "Analysis of Consumer Preferences in Using Video on Demand (VoD) Services (Case Study: FEB Students at Jenderal Soedirman University)". This research carried out with quantitative method and aims to analyse (1) perceived usefulness, perceived of ease of use, perceived price, content richness, and income on consumer preferences in using Video on Demand (VoD) services, and (2) to determine which factor has the greatest influence on consumer preferences in using VoD services.

The research was conducted using questionnaires that were distributed to 96 FEB students at Jenderal Soedirman University that have been selected through the Proportionate Stratified Random Sampling method. The data analysis technique used in this research is logistic regression. The results show that the variables of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived price have a positive and significant effect on consumer preferences in using VoD services. Meanwhile, the variables of content richness and income do not have a significant effect towards consumer preferences in using VoD services.

The implications of this research suggest that VoD service providers should offer more diverse, exclusive, and educational content. Additionally, service providers could enhance promotions or free trial programs to attract new consumers. Moreover, the ease of use and benefits of VoD service applications are the main thing for consumers, thus enhancing features and service facilities is necessary to retain existing consumers.

Keywords: *consumer preference, Video on Demand (VoD), perception, content richness, income*