

ABSTRAK

Muhamad Zaini, 92218103

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN PENGGUNA LAYANAN *STREAMING* FILM DARING (ONLINE) PADA MASA PANDEMI *COVID-19* MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*

Bermula dari merebaknya virus Corona jenis baru (SARS-CoV-2), yang disebut Corona Virus Disease 2019 (COVID-19), di dataran negeri Tiongkok tepatnya di provinsi Wuhan pada akhir 2019, seluruh negara di dunia seolah dihantam krisis besar. Skema WFH merupakan bagian dari konsep telecommuting (bekerja jarak jauh), yang sebenarnya bukan hal baru dalam dunia kerja dan perencanaan kota, bahkan telah dikenal sejak tahun 1970-an sebagai salah satu upaya mengatasi kemacetan lalu lintas dari perjalanan rumah-kantor pulang-pergi setiap hari. Kebijakan pemerintah untuk menerapkan work from home (wfh) selama pandemi covid-19 berlangsung, membuat banyak orang mengakses hiburan lain di internet. Salah satunya dengan mengakses layanan streaming. pada kuartal I di 2020, tercatat sebanyak 59 juta pemasangan untuk Viu. Marketing mix (7P) merupakan langkah yang paling baik untuk mempertimbangkan segala faktor operasional, hal ini dikarenakan marketing mix melihat dari segi produk, (makanan dan minuman), pelayanan, harga dan lokasi. Seiring perkembangan jaman, marketing mix berkembang menjadi 7 faktor dimana 3 faktor tambahannya itu berupa people, physical evidence serta process.

Important Performance Analysis merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut. Penilaian tingkat kinerja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen akan diwakili oleh huruf X, sedangkan untuk penilaian tingkat kepentingan diwakili oleh huruf Y. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa kualitas kinerja aplikasi Viu masih belum memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tidak terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pelanggan ditunjukkan oleh beberapa atribut yang masuk ke dalam kuadran I pada diagram kartesius, yaitu: pemilihan atau permintaan film dilayani dengan cepat, keterampilan memikat konsumen melalui promo daring koleksi lengkap dan menarik, memikat konsumen melalui rekomendasi berdasarkan film yang disukai oleh konsumen, pada situs maupun aplikasi terdapat fasilitas FAQ (Frequently Asked Question), konsumen nyaman mendapatkan pelayanan yang baik.

Kata Kunci: Layanan Streaming Film Daring (Online), Bauran Pemasaran, Important Performance Analysis, Covid-19

(xii + 111)

Daftar Pustaka : (2004-2020)