

**ANALISIS *POSITIONING* LAYANAN DIGITAL *VIDEO STREAMING* VIU
BERDASARKAN *PERCEPTUAL MAPPING* DENGAN METODE
MULTIDIMENSIONAL SCALING**

SKRIPSI



**Disusun Oleh:
Faza Maulana Yusuf
1151001076**

**MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2022**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Faza Maulana Yusuf

NIM : 1151001076

Tandatangan :



Tanggal : 31, Juli 2022

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Faza Maulana Yusuf

NIM : 1151001076

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : ANALISIS *POSITIONING* LAYANAN DIGITAL *VIDEO STREAMING* VIU BERDASARKAN *PERCEPTUAL MAPPING* DENGAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALING

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Deddy Herdiansjah, M.Sc., MBA., Ph.D

:

PENGUJI 1 : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D

:

PENGUJI 2 : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si

:

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 15, Agustus 2022

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Karena dengan ridho dan karunia-Nya yang tak terhingga, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS POSITIONING LAYANAN DIGITAL VIDEO STREAMING VIU BERDASARKAN PERCEPTUAL MAPPING DENGAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALING”**.

Skripsi ini disusun bertujuan untuk melengkapi tugas akademik dan sebagai salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan Sarjana Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie. Dengan segala hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Deddy Herdiansjah, M. Sc., M.B.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan kepada penulis selama melakukan penelitian selesai.
2. Ananda Fortunisa, S.E., M.Si. selaku dosen penguji saya yang telah mentun dan memberikan arahan kepada penulis.
3. Dr. Ir. Bambang Purwoko Kusumo Bintoro, MBA. selaku pembimbing akademik.
4. M. Taufiq Amir, S.E., MM., Ph.D selaku Kaprodi.
5. Kepada seluruh dosen pengajar Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan arahan disetiap mata kuliah.
6. Kepada kedua orang tua penulis yang Saya sayangi, ayah Bayu Syahjohan dan ibu Dian Rosita yang telah memberikan saya dukungan penuh serta doa dalam penulisan ini.
7. Kepada adik saya tercinta, Jihan Tsania Putri Al-Rasyid yang telah memberikan saya dukungan serta doa dalam penulisan ini.
8. Lufthy Sintia Dwi, selaku *partner* saya yang telah membantu dan memberikan semangat dan hiburan.
9. Novriansyah, Gilang Alvianto, Fazza Nur Fauza, Rendi Aprilianto, Sambudra Fadhil, Jody Aprilia, Paloma Kasia Imani, Alhdie Alamsyah, Aditya Putra Salman, Kelvin Nevada, Divan Harlyandi, Risfan Fauzan, Jupen Apiqsyah, Lufthy Alif, Fazrul Adiansa, Raden Siti Hadirah, Bayu Teruna serta seluruh rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie 2015.

Semoga Allah SWT memberikan Berkah untuk membalas kebaikan hati yang penulis dapatkan. Akhir kata, Penulis ucapkan terima kasih dan berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Faza Maulana Yusuf
NIM : 1151001076
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie. **Hak Bebas Royalti Noneksklusif / *Non-exclusive Royalty Free Right*** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“ANALISIS *POSITIONING* LAYANAN DIGITAL *VIDEO STREAMING* VIU
BERDASARKAN *PERCEPTUAL MAPPING* DENGAN METODE
MULTIDIMENSIONAL SCALING”**

Beserta perangkat yang ada jika diperlukan. Dengan bebas Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Tanggal : 15 Agustus 2022

Yang menyatakan



Faza Maulana Yusuf

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi layanan digital streaming video VIU diantara pesaingnya, yaitu, Disney+, Netflix, dan Primevideo dan menganalisis atribut yang dipersepsikan responden masih kurang baik yang dapat dijadikan rekomendasi positioning VIU berdasarkan perceptual mapping dengan metode Multidimensional Scaling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bandung yang pernah menggunakan layanan digital streaming video diantaranya disney+, Netflix, Primevideo, dan VIU. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 140 orang responden yang dibagi menjadi 35 sampel setiap brandnya.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Multidimensional Scaling yang menghasilkan gambar Perceptual Mapping dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut variasi paket yang tersedia, film terbaru, tampilan aplikasi yang menarik, font aplikasi, promosi yang menarik, dan popularitas merk layanan digital streaming video VIU di Kota Bandung bersaing dengan Primevideo.

Dijelaskan juga bahwa layanan digital streaming video VIU tidak bersaing dengan Disney+, dan Netflix di Kota Bandung. Sedangkan atribut popularitas merk, aplikasi error, kemudahan dalam registrasi berlangganan, promosi yang menarik, produk yang ditawarkan, genre film layanan digital streaming video VIU dibutuhkan rekomendasi untuk diberikan saran rekomendasi strategi positioning yang tepat.

Kata kunci : Popularitas merk, *aplikasi error*, kemudahan dalam registrasi berlangganan, promosi yang menarik, produk yang ditawarkan, *genre film*.

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the position of VIU's digital video streaming service in comparison to other brands, namely Disney+, Netflix, and Primevideo, as well as to examine the attributes that respondents perceive as poor, which can be used as a recommendation for VIU's positioning based on perceptual mapping using the Multidimensional Scaling method. This study's sample consists of Bandung residents who have used digital streaming video services such as Disney+, Netflix, Primevideo, and VIU. The total amount of samples in this study was 140, divided by 35 samples for each brand.

The analytical method used in this research is Multidimensional Scaling, which produces Perceptual Mapping images using the SPSS program. The results revealed that VIU's digital video streaming service in Bandung competes with Primevideo due to the attributes of a variety of available packages, the latest movies, an appealing application display, application fonts, appealing promotions, and brand popularity.

It was also stated that VIU's digital video streaming service does not compete in Bandung with Disney+ and Netflix. While the attributes of brand popularity, application errors, ease of subscription registration, appealing promotions, products offered, and film genres for digital video streaming services VIU required advice on the best positioning strategy recommendations.

Keywords : *Brand popularity, Application errors, Ease of subscription registration, Product offered, film genres.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	2
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	3
KATA PENGANTAR.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	5
ABSTRAK	6
<i>ABSTRACT</i>	7
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR ISTILAH	13
BAB I.....	14
PENDAHULUAN	14
1.1. Latar Belakang Masalah.....	14
1.2. Rumusan Masalah	20
1.3. Ruang lingkup penelitian.....	21
1.4. Pertanyaan Penelitian	21
1.5. Tujuan Penelitian	21
1.6. Batasan Masalah.....	21
1.7. Manfaat Penelitian	22
BAB II	23
TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1. Teori Terkait Penelitian.....	23
2.1.1. Manajemen Pemasaran	23
2.1.2. <i>Positioning</i>	24
2.1.3. <i>Perceptual Mapping</i>	25
2.1.4. <i>Multidimensional Scaling</i> (MDS).....	25
2.1.5. Jenis <i>Multidimensional Scaling</i> (MDS).....	27
2.1.6. Tahapan Pelaksanaan <i>Multidimensional Scaling</i> (MDS)	28
2.2. <i>Positioning</i> Berdasarkan <i>Perceptual Mapping</i> Dengan <i>Multidimensional Scaling</i>	30

2.3.	Peran Multidimensional Scaling Pada Penelitian	31
2.4.	Penelitian Terdahulu.....	32
2.5.	Metode Pembeding.....	37
BAB III.....		39
METODE PENELITIAN.....		39
3.1.	Metode Penelitian	39
3.1.1.	Model Konseptual.....	39
3.1.2.	Sistematika Pemecahan Masalah.....	40
3.1.3.	Tahap Pendahuluan.....	42
3.1.4.	Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	42
3.1.5.	Identifikasi Layanan Digital <i>Streaming</i>	42
3.1.6.	Identifikasi Atribut Layanan Digital <i>Streaming</i>	42
3.1.7.	Desain Kuesioner.....	43
3.1.8.	Populasi dan Sampel.....	44
3.2.	Uji Validitas	44
3.2.1.	Penyebaran Kuesioner	44
3.2.2.	Pengumpulan Data Kuesioner	45
3.3.	Uji Reliabilitas	46
3.4.	Pengolahan Data Dengan <i>Multidimensional Scaling</i> (MDS)	46
3.4.1.	Tahap Analisis dan Rekomendasi.....	48
3.4.2.	Tahap Kesimpulan dan Saran	48
BAB 4		49
HASIL PENELITIAN		49
4.1	Identifikasi Atribut Penelitian	49
4.1.1.	Penelitian Terdahulu	49
4.2	Desain Kuesioner	51
4.3	Penyebaran Kuesioner	51
4.4	Pengumpulan Data Kuesioner	52
4.5	Rekapitulasi Profil Responden.....	53
4.6	Uji Validitas	54
4.7	Uji Reliabilitas	57
4.8	Pengolahan Data dengan <i>Multidimensional Scalling</i>.....	58
4.9	Perceptual Mapping Penerapan <i>Multidimensional Scalling</i>	60
4.10.	Turunan Perceptual Mapping.....	64

4.11. Euclidean Distance Model Pada Perceptual Mapping Antar Brand VIU dan Primevideo.....	68
BAB 5	71
KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	83
WAWANCARA ATRIBUT.....	83
LAMPIRAN II	84
KUESIONER PENELITIAN	84
LAMPIRAN III.....	88
JAWABAN RESPONDEN	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pengguna Internet Di Indonesia Pada Tahun 2018.....	15
Gambar 1.2	Perbandingan Rangking Layanan Digital <i>Streaming</i> (Disney+ Hotstar, Netflix, Primevideo, dan VIU).....	16
Gambar 1.3	Perbandingan <i>Traffic And Engagement</i> Layanan Digital <i>Streaming</i> (Disney+ Hotstar, Netflix, Primevideo, dan VIU).....	16
Gambar 1.4	Perbandingan <i>Engagement</i> Layanan Digital <i>Streaming</i> (Disney+ Hotstar, Netflix, Primevideo, dan VIU).....	17
Gambar 1.5	Perbandingan Visit Overtime Layanan Digital <i>Streaming</i> (Disney+ Hotstar, Netflix, Primevideo, dan VIU).....	18
Gambar 1.6	Perbandingan <i>Channels Overview</i> Layanan Digital <i>Streaming</i> (Disney+ Hotstar, Netflix, Primevideo, dan VIU).....	18
Gambar 2.1	Tahapan Pelaksanaan <i>Multidimensional Scalling</i>	28
Gambar 3.1	Model Konseptual.....	39
Gambar 3.2	Sistematika Pemecahan Masalah.....	40
Gambar 3.3	Sistematika Pemecahan Masalah (Lanjutan).....	41
Gambar 4.1	Uji Validitas.....	56
Gambar 4.2	Uji Validitas (Lanjutan).....	56
Gambar 4.3	Uji Reliabiitas.....	57
Gambar 4.4	Nilai <i>Stress</i> dan <i>R-Square</i> antar <i>Brand</i>	59
Gambar 4.5	Nilai <i>Stress</i> dan <i>R-Square</i> VIU.....	59
Gambar 4.6	<i>Perceptual Mapping</i> antar <i>Brand</i>	60
Gambar 4.7	Titik Kordinasi antar <i>Brand</i>	61
Gambar 4.8	<i>Perceptual Mapping</i> VIU.....	62
Gambar 4.9	Titik Kordinat Atribut VIU.....	64
Gambar 4.10	<i>Perceptual Mapping</i> Netflix.....	66
Gambar 4.11	<i>Perceptual Mapping</i> Disney+ Hotstar.....	67
Gambar 4.12	<i>Perceptual Mapping</i> VIU dan Primevideo.....	68
Gambar 4.13	Titik Kordinasi VIU dan Primevideo.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Layanan Digital <i>Streaming</i>	19
Tabel 2.1 Perbandingan MDS Atribut dan Non Atribut.....	27
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 2.3 Metode Pembanding.....	37
Tabel 3.1 Skala Likert.....	43
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 3.6 <i>Goodness Of Fit</i>	47
Tabel 4.1 Atribut Identifikasi.....	49
Tabel 4.2 Rekapitulasi Penggalian Atribut.....	50
Tabel 4.3 Skala Likert.....	51
Tabel 4.4 Pengkodean Atribut.....	52
Tabel 4.5 Rekapitulasi Profil Responden.....	53
Tabel 4.6 Uji Validitas.....	55
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.8 <i>Euclidean Distance</i> VIU dan Primevideo.....	70

DAFTAR ISTILAH

AE	=Aplikasi Error
D	= Euclidean Distance
FA	= Font Aplikasi
FT	= Film Terbaru
GF	= Genre Film
HB	= Harga Berlangganan
KG	= Kualitas Gambar
KP	= Kenyamanan Produk
KDP	= Keamanan Data Pengguna
KDRB	= Kemudahan Dalam Registrasi Berlangganan
KFYB	= Kualitas Film Yang Bagus
MP	= Metode Pembayaran
PM	= Popularitas Merk
PYD	= Produk Yang Ditawarkan
PYM	= Promosi Yang Menarik
TAYM	= Tampilan Aplikasi Yang Menarik
TL	= Tampilan Logo
VPYT	= Variasi Paket Yang Tersedia
X_i	= Analisis objek ke-i yang diukur
X_u	= Analisis objek utama
Y_i	= Ordinat objek ke-i pada dimensi 2
Y_u	= Ordinar objek utama pada dimensi 2