

Analisis Kepuasan Pelanggan pada Platform Netflix di Kota Bandung dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Dea Shafa Adilah¹, Indra Fajar Alamsyah^{2*}, Rizka Estisia Pratiwi³

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

deashafaadilah@gmail.com¹, indra.fajar@unisba.ac.id^{2*}, rizka.estisia@unisba.ac.id³

Abstract. The rapid growth of streaming services in Indonesia has led to increasingly intense competition in the industry. Netflix, as one of the popular streaming services, must continuously innovate to maintain its position. To remain competitive with other players in the same business environment, a study was conducted. The purpose of this study is to determine the level of customer satisfaction with Netflix's service quality and to assess the alignment between the service quality attributes that customers expect and what Netflix provides. The sampling technique used in this study is saturated sampling. The research method utilizes the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance-Performance Analysis (IPA) methods. The results of the Customer Satisfaction Index (CSI) indicate a score of 86.19%, which falls into the "Very Satisfied" category for Netflix's streaming services. The results of the Importance-Performance Analysis (IPA) show an average conformity level of 95.81%. These findings suggest that the majority of respondents feel that Netflix's service performance closely aligns with their expectations or needs. However, there are five attributes that need improvement, including Netflix having a strong privacy policy to protect customers' personal data, guaranteeing the recovery of accounts that encounter issues, providing parental control features within accounts, ensuring that user privacy data will not be misused, and providing age rating information on all content.

Keywords: *Netflix, Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis.*

Abstrak. Pesatnya pertumbuhan layanan *streaming* di Indonesia, persaingan di industri ini semakin ketat. Netflix, sebagai salah satu layanan *streaming* yang populer, harus terus berinovasi untuk mempertahankan posisinya. Untuk tetap dapat bersaing dengan pesaing lainnya dalam lingkungan bisnis yang sama, dilakukanlah sebuah penelitian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Netflix dan mengetahui tingkat kesesuaian atribut kualitas pelayanan oleh pelanggan dengan apa yang diberikan oleh Netflix. Jenis teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sampling jenuh. Metode penelitian menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil dari *Customer Satisfaction Index* (CSI) senilai 86,19% yang termasuk kedalam kriteria "Sangat Puas" dengan layanan *streaming* Netflix. Hasil dari *Importance Performance Analysis* (IPA) tingkat kesesuaian menunjukkan nilai rata-rata sebesar 95,81%. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas responden merasa bahwa kinerja layanan Netflix sangat sesuai dengan harapan atau kebutuhan mereka. Terdapat 5 atribut yang perlu diperbaiki diantaranya, Netflix memiliki kebijakan privasi yang kuat untuk melindungi data pribadi pelanggan, memberikan jaminan terhadap pengembalian akun yang mengalami masalah, menyediakan fitur kontrol orang tua dalam suatu akun, jaminan data privasi yang dimiliki pengguna tidak akan disalahgunakan, dan menyediakan informasi rating usia di setiap konten.

Kata Kunci: *Netflix, Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis.*

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi internet membuat industri hiburan juga mengalami perubahan, salah satunya industri perfilman. Kemajuan teknologi yang ada membuat industri perfilman yang sejak dahulu hanya bisa ditonton melalui bioskop dan *Digital Versatile Disk* (DVD), beralih menjadi menonton melalui media *streaming digital*. Media *streaming digital* adalah teknologi yang mentransmisikan data video dan audio secara langsung atau yang telah direkam sebelumnya dari perangkat server (web server) [1]. Media *streaming digital* dapat menonton film sesuai dengan waktu yang diinginkan, artinya tidak terpaut oleh waktu seperti di bioskop. Pelanggan dapat menonton film ataupun series melalui TV, *handphone*, laptop, dan komputer. Kemudahan inilah yang membuat pelanggan lebih senang menonton secara *streaming*.

Adanya pertumbuhan *digital streaming* mulai banyak berbagai layanan *streaming* yang hadir di Indonesia. Menurut Bettina [2], pada tahun 2016 layanan *streaming* di Indonesia makin ramai dengan kehadiran Netflix, Viu, Hooq, Catchplay, iFlix, dan Tribe. Selain itu, beberapa tahun terakhir juga layanan *streaming* lainnya mulai mengikuti jejak Netflix yang memasuki pasar Indonesia, seperti Disney+ Hotstar, HBO Go, dan Prime Video. Jumlah pelanggan layanan *streaming* ini dari tahun 2016 hingga 2020 meningkat secara signifikan. Pada tahun 2016, pelanggan layanan *streaming* di Indonesia sekitar 200 ribu orang dan meningkat di tahun 2018 menjadi 1,5 juta pelanggan. Sampai dengan tahun 2020 dan 2021 secara berturut-turut bertambah menjadi 7,6 juta dan 11,5 juta pelanggan.

Pesatnya pertumbuhan layanan *streaming* di Indonesia, maka perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan dan menjaga kepuasan pelanggan. Kondisi persaingan yang kompetitif, pemahaman yang mendalam terhadap tingkat kepuasan pengguna sangat diperlukan untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar [3]. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Kualitas layanan merupakan semua usaha yang dikerahkan oleh perusahaan dalam mencapai ekspektasi pelanggan atas jasa yang diterimanya sehingga pada akhirnya perusahaan dapat bertahan di pasar dan mendapatkan kepercayaan pelanggan [4].

Parasuraman et al. [5], kualitas layanan dapat dicapai terhadap kinerja aktual dan kinerja yang diinginkan bagi pelanggan dengan lima dimensi. Pertama, *tangibles* mengacu pada produk fisik. Kedua, *reliability* mengacu pada keandalan pelanggan dalam melayani pelanggan dengan cepat dan tepat. Ketiga, *responsiveness* merujuk pada kesigapan perusahaan dalam melayani pelanggan tanpa ada masalah. Keempat, *assurance* mengacu pada kemampuan perusahaan untuk membangun kepercayaan pelanggan. Kelima, *empathy* berkaitan dengan sikap perhatian perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan.

Terdapat berbagai layanan *streaming* yang ada di Indonesia, salah satu layanan *streaming* yang cukup populer yaitu Netflix. Netflix salah satu layanan *streaming* yang menawarkan berbagai tontonan dimulai dari film, kartun, dokumenter, dan lainnya. Dilansir dari situs Netflix, Netflix didirikan oleh Marc Randolph dan Reed Hastings pada tahun 1997 di Amerika Serikat. Saat ini, layanan *streaming* Netflix tersedia dalam lebih dari 30 bahasa di 190 negara. Netflix juga memiliki keanggotaan lebih dari 200 juta pengguna. Pengguna Netflix ini mencakup berbagai kalangan, salah satunya mahasiswa. Banyak anak muda hingga dewasa gemar dengan film ataupun serial.

Dalam lingkup pasar Asia, Netflix cukup unggul diantara pesaing lainnya karena menghadirkan serial drama korea yang hanya ada di *platform* itu sendiri. Netflix mulai masuk di negara Indonesia pada bulan Januari 2016. Layanan *streaming* ini termasuk layanan yang masuk ke pasar Indonesia cukup awal dibandingkan pesaing lainnya. Pesatnya layanan *streaming* di Indonesia menjadikan sebuah peluang bagi layanan *streaming* lainnya untuk masuk ke pasar Indonesia, seperti HBO Go, Disney+ Hotstar, Iqiyi, PrimeVideo, dan lainnya.

Untuk dapat bersaing dengan pesaing lainnya di industri yang sama, Netflix memerlukan kualitas pelayanan yang dapat memuaskan para pelanggannya dan mengetahui atribut-atribut apa yang dianggap penting atau tidak penting oleh pelanggan sebagai pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memahami kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan mereka dapat membantu Netflix mempertahankan dan memperluas basis pelanggannya serta dapat bersaing dengan pesaing lainnya di industri yang

sama.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan pada *platform* Netflix di Kota Bandung dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan bagaimana tingkat kesesuaian atribut kualitas pelayanan pada *platform* Netflix di Kota Bandung dengan apa yang diberikan oleh Netflix dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)?” Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada *platform* Netflix di Kota Bandung dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).
2. Mengetahui tingkat kesesuaian atribut kualitas pelayanan pada *platform* Netflix di Kota Bandung dengan apa yang diberikan oleh Netflix dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)?

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode *exploratory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Bandung yang sedang berlangganan Netflix.

Jenis teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *sampling* jenuh. Diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 111 responden. Jenis teknik menggunakan teknik *Non-probability sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, studi dokumen, dan wawancara. Analisis penelitian ini menggunakan metode *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan bantuan program SPSS dan Microsoft Excel.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan indeks kepuasan pengguna secara keseluruhan dengan memperhatikan harapan dan kepentingan pengguna terhadap layanan yang dirasakan [6]. *Customer Satisfaction Index* (CSI) dibutuhkan untuk menentukan tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan dengan mempertimbangkan atribut produk atau layanan yang mereka inginkan [7]. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dengan metode *Customer Satisfaction Index* yaitu [8]:

1. Mean Importance Score (MIS)

$$MIS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n}$$

Keterangan:

Y_i = Nilai pembobotan kepentingan

N = Jumlah responden

2. Weight Factor (WF)

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i}$$

Keterangan:

MIS_i = Nilai rata – rata kepentingan

3. Mean Satisfaction Score (MSS)

$$MSS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n}$$

Keterangan:

Y_i = Nilai pembobotan kepuasan

4. Weight Score (W_S)

W_{Si} = WF x MSS

Customer Satisfaction Index (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p W_{Si}}{HS} \times 100\%$$

Keterangan:

HS = nilai skala maksimum yang digunakan, pada penelitian ini adalah empat.

Berikut tabel kriteria nilai CSI dalam bentuk persentase yang berguna untuk menentukan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang digunakan.

Tabel 1. Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index

No	Nilai CSI	Kriteria CSI
1	0,81 – 1,00	Sangat Puas
2	0,66 – 0,80	Puas
3	0,51 – 0,65	Cukup Puas
4	0,35 – 0,50	Tidak Puas
5	0,00 – 0,34	Sangat Tidak Puas

Sumber: Nispi, Kurniawati & Wulandari, 2023

Importance Performance Analsis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan untuk mencari keterkaitan antara tingkat kepentingan dan kinerja yang diterima oleh pengguna melalui analisis kesenjangan antara keduanya sehingga dapat ditentukan atribut-atribut yang perlu ditingkatkan ataupun diperbaiki [9]. Hasil yang disajikan pun menggunakan kuadran analisis yang mempermudah manajemen dalam menginterpretasikan data dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan pemasaran strategis [10]. Untuk mengetahui tingkat rata-rata kinerja dan kepentingan dilakukan perhitungan sebagai berikut:

1. Menghitung tingkat kesesuaian

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki: Tingkat kesesuaian

Xi: Skor penilaian kinerja

Yi: Skor penilaian kepentingan

2. Menghitung rata-rata kinerja dan kepentingan seluruh pelanggan

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} : Skor rata-rata kinerja

\bar{Y} : Skor rata-rata kepentingan

n: jumlah responden

3. Rumus yang digunakan selanjutnya untuk mengetahui skor rata-rata kinerja dan kepentingan terhadap seluruh atribut

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}_i}{K}$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan:

k: jumlah atribut

Selanjutnya akan diperoleh hasil berupa empat kuadran seperti pada gambar berikut ini:

Kepentingan (Y)	Kuadran I Prioritas Utama	Kuadran II Pertahankan Kinerja yang Sudah Baik
	Kuadran III Prioritas Rendah	Kuadran IV Kemungkinan Berlebihan
	Kinerja (X)	

Gambar 1. Diagram Kartesius

Penjelasan dalam gambar tersebut dijelaskan sebagai berikut [8]:

1. Prioritas utama: Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan oleh pelanggan, tetapi kinerja perusahaan kurang memuaskan.
2. Pertahankan kinerja yang sudah baik: Pada kuadran ini terdapat sejumlah faktor yang dianggap penting dan menunjang kepuasan pelanggan sehingga perlu dipertahankan.
3. Prioritas rendah: Kuadran ini mengasumsikan bahwa kinerja yang dirasakan tidak terlalu penting dan pelanggan pun tidak terlalu mengharapkannya.
4. Kemungkinan berlebihan: Pada kuadran ini terdapat sejumlah atribut yang dinilai kurang penting dan berlebihan oleh pengguna.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Uji Customer Satisfaction Index (CSI)

Hasil uji *Customer Satisfaction Index* (CSI) dibutuhkan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan mempertimbangkan atribut produk atau layanan yang mereka inginkan [7]. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) didapatkan dari *Weight Score* total dibagi skala jawaban empat lalu dikalikan dengan 100 persen. Berdasarkan tabel 2 hasil dari *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 86.19%. Berdasarkan tabel kriteria nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI), angka ini berada dalam rentang 0,81 – 1,00 dan termasuk kedalam kriteria “Sangat Puas.” Artinya secara keseluruhan pelanggan Netflix merasa sangat puas atas kinerja Netflix. Walaupun hasil *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan kriteria ‘Sangat Puas’ masih terdapat kekurangan pada beberapa atribut. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis lebih lanjut terhadap atribut-atribut tersebut menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

Tabel 2. Hasil Customer Satisfaction Index (CSI)

No	Dimensi	Nama Atribut	MIS	MSS	WF	WS
1	Tangibles	Layanan Netflix memiliki kualitas gambar yang jernih dan resolusi yang beragam	3.74	3.62	0.05	0.19
2		Layanan Netflix memiliki kualitas audio yang jernih	3.68	3.52	0.05	0.18
3		Netflix memiliki fitur filter pencarian sesuai genre	3.59	3.43	0.05	0.17
4		Netflix memiliki fitur berbagi langganan dengan beberapa profil dalam satu akun yang sama	3.48	3.44	0.05	0.17
5	Reliability	Netflix memiliki kebijakan privasi yang kuat untuk melindungi data pribadi pelanggan	3.68	3.44	0.05	0.18
6		Netflix mampu memberikan konten multi segmen	3.39	3.31	0.05	0.16
7		Kemudahan mengakses aplikasi diberbagai device seperti mobile, smart tv dan laptop	3.66	3.52	0.05	0.18
8		Netflix mendukung berbagai resolusi layar, termasuk resolusi 4K Ultra HD, HDR, dan Dolby Vision untuk pengalaman menonton yang lebih mengesankan	3.69	3.56	0.05	0.18
9	Responsiveness	Netflix mengirimkan pemberitahuan pembayaran kepada pengguna beberapa hari sebelum jatuh tempo pembayaran	3.44	3.35	0.05	0.16
10		Netflix memiliki sistem pembayaran yang mudah dan cepat	3.51	3.39	0.05	0.17
11		Metode pembayaran yang beragam	3.55	3.35	0.05	0.17
12		Netflix menyediakan kontrol pemutar yang mudah digunakan, termasuk opsi untuk memutar, menjeda, memutar mundur, dan memutar maju dengan lancar	3.62	3.53	0.05	0.18
13	Assurance	Memberikan jaminan terhadap pengembalian akun yang mengalami masalah	3.60	3.27	0.05	0.16
14		Netflix mempunyai fitur lock pada profil yang memungkinkan pengguna untuk mengunci profil mereka dengan kode PIN yang dipilih	3.66	3.52	0.05	0.18
15		Menyediakan fitur kontrol orang tua dalam suatu akun	3.63	3.43	0.05	0.17
16		Jaminan data privasi yang dimiliki pengguna tidak akan disalahgunakan	3.75	3.43	0.05	0.18
17	Empathy	Memiliki fitur rekomendasi yang akurat sesuai dengan preferensi pengguna	3.47	3.39	0.05	0.16
18		Menyediakan informasi rating usia disetiap konten	3.66	3.42	0.05	0.17
19		Memiliki fitur aksesibilitas mencakup berbagai bahasa subtitle dan audio untuk kebutuhan pengguna	3.68	3.59	0.05	0.18
20		Menawarkan berbagai pilihan paket berlangganan sesuai kebutuhan pengguna	3.50	3.39	0.05	0.16
TOTAL			71.95	68.92	1.00	3.45
CSI = (Weight Score Total : 4) x 100%						86.19%

Sumber: Data Primer, diolah (2024)

Hasil Uji Importance Performance Analysis (IPA)

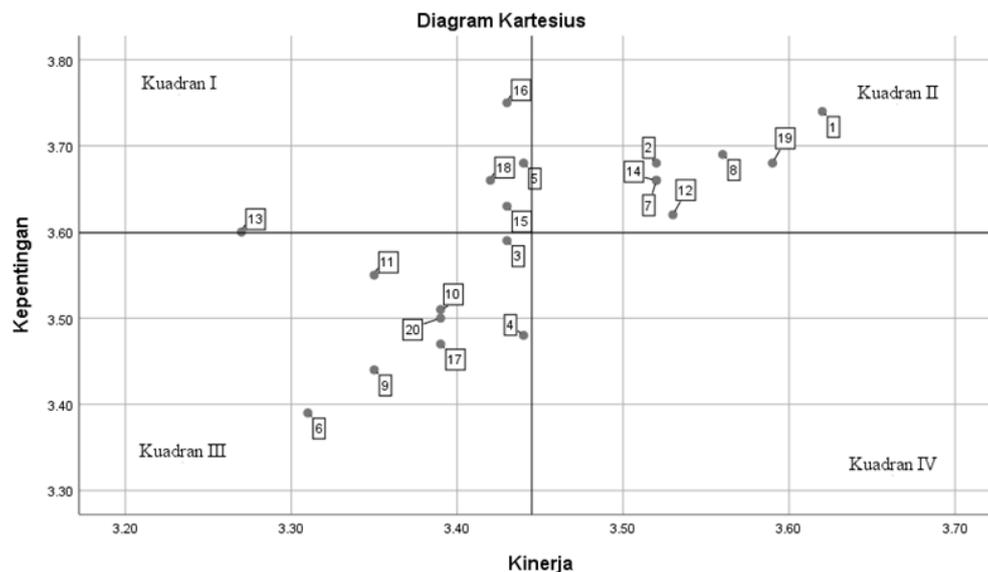
Berdasarkan hasil analisis perhitungan tingkat kesesuaian, didapatkan nilai rata-rata sebesar 95,81%. Tingkat kesesuaian diperoleh dari perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dan skor kepentingan. Selanjutnya, dilakukan perhitungan rata-rata skor kepentingan menghasilkan nilai 3,60 yang mengindikasikan tingkat pentingnya setiap atribut dalam pandangan responden. Di sisi lain, perhitungan rata-rata skor kinerja menghasilkan nilai 3,45. Ini mencerminkan penilaian responden terhadap kinerja dari layanan yang diberikan. Dari hasil rata-rata kepentingan dan kinerja ini dilakukan uji dengan diagram kartesius yang menghasilkan atribut-atribut mana yang perlu perbaikan berdasarkan hasil kuadran.

Berdasarkan gambar 2 hasil diagram kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA). Atribut-atribut yang ada masuk kedalam tiga kuadran. Kuadran I terdiri dari atribut, Netflix memiliki kebijakan privasi yang kuat untuk melindungi data pribadi pelanggan, memberikan jaminan terhadap pengembalian akun yang mengalami masalah, menyediakan fitur kontrol orang tua dalam suatu akun, jaminan data privasi yang dimiliki pengguna tidak akan disalahgunakan, dan menyediakan informasi rating usia disetiap konten.

Kuadran II terdiri dari layanan Netflix memiliki kualitas gambar yang jernih, layanan Netflix

memiliki kualitas audio yang jernih, kemudahan mengakses aplikasi di berbagai *device* seperti *mobile*, *smart tv* dan laptop, Netflix mendukung berbagai resolusi layar, termasuk resolusi 4K Ultra HD, HDR, dan Dolby Vision untuk pengalaman menonton yang lebih mengesankan, Netflix menyediakan kontrol pemutaran yang mudah digunakan, termasuk opsi untuk memutar, menjeda, memutar mundur, dan memutar maju dengan lancar, Netflix mempunyai fitur *lock* pada profil yang memungkinkan pengguna untuk mengunci profil mereka dengan kode PIN yang dipilih, dan memiliki fitur aksesibilitas mencakup berbagai bahasa *subtitle* dan audio untuk kebutuhan pengguna.

Kuadran III terdiri dari Netflix memiliki fitur filter pencarian sesuai genre, Netflix memiliki fitur berbagi langganan dengan beberapa profil dalam satu akun yang sama, Netflix mampu memberikan konten multi segmen, Netflix mengirimkan pemberitahuan pembayaran kepada pengguna beberapa hari sebelum jatuh tempo pembayaran, Netflix memiliki sistem pembayaran yang mudah dan cepat, Netflix memiliki sistem pembayaran yang mudah dan cepat, metode pembayaran yang beragam, memiliki fitur rekomendasi yang akurat sesuai dengan preferensi pengguna, dan menawarkan berbagai pilihan paket berlangganan sesuai kebutuhan pengguna.



Gambar 2. Hasil Diagram Kartesius

Sumber: Data Primer, diolah (2024)

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis penelitian, dapat disimpulkan bahwa hasil *Customer Satisfaction Index* (CSI) senilai 86,19%. Dilihat dari tabel kriteria nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI), angka ini berada dalam rentang 0,81 – 1,00 dan termasuk kedalam kriteria “Sangat Puas” dengan layanan streaming Netflix.
2. Hasil uji *Importance Performance Analysis* (IPA) terdapat hasil analisis perhitungan tingkat kesesuaian menunjukkan nilai rata-rata sebesar 95,81%. Ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden merasa bahwa kinerja layanan Netflix sangat sesuai dengan harapan atau kebutuhan mereka. Selanjutnya, perhitungan rata-rata skor kepentingan memberikan nilai 3,60 yang menunjukkan tingkat pentingnya setiap atribut menurut responden. Sebaliknya, perhitungan rata-rata skor kinerja menunjukkan nilai 3,45 mencerminkan penilaian responden terhadap kinerja layanan yang diberikan.
3. Terdapat pula hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) yang disajikan berupa

diagram kartesius, hasil tersebut menjadi fokus utama perusahaan yang terdapat pada kuadran I. Kuadran I terdiri dari atribut, Netflix memiliki kebijakan privasi yang kuat untuk melindungi data pribadi pelanggan, memberikan jaminan terhadap pengembalian akun yang mengalami masalah, menyediakan fitur kontrol orang tua dalam suatu akun, jaminan data privasi yang dimiliki pengguna tidak akan disalahgunakan, dan menyediakan informasi rating usia disetiap konten.

Melihat hasil penelitian ini terdapat beberapa atribut yang memerlukan perbaikan layanan dan saran yang harus dilakukan oleh pihak Netflix, diantaranya:

1. Kebijakan privasi yang kuat untuk melindungi data pribadi pelanggan.
Netflix dapat lebih aktif dalam berkomunikasi dengan pelanggan tentang upaya mereka dalam melindungi privasi data. Mereka dapat memberikan pembaruan reguler tentang langkah-langkah keamanan yang diambil dan memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelanggan tentang hak-hak mereka terkait privasi data. Selain itu, Netflix juga bisa aktif berkomunikasi dengan pelanggan terkait perubahan kebijakan privasi sehingga pelanggan akan terus merasa aman dengan data privasi mereka.
2. Memberikan jaminan terhadap pengembalian akun yang mengalami masalah
Tindakan yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperbaiki kinerja atribut bisa dilakukan ketika pengguna mengalami masalah dengan akun Netflix, perusahaan dapat memberikan jaminan pengembalian akun dengan cepat dan efisien. Selain itu, perusahaan juga dapat memberikan kualitas layanan cepat tanggap dan memberikan solusi yang tepat bagi pelanggan.
3. Menyediakan fitur kontrol orang tua dalam suatu akun.
Menyempurnakan kembali fitur yang ada dengan menambah berbagai fitur untuk mendukung orang tua mengendalikan anak mereka untuk menonton.
4. Jaminan data privasi yang dimiliki pengguna tidak akan disalahgunakan.
Upaya yang harus dilakukan yaitu Netflix dapat meningkatkan transparansi tentang bagaimana data pribadi pelanggan dikumpulkan, digunakan, dan disimpan. Mereka dapat menyediakan informasi yang lebih jelas dan mudah dimengerti tentang praktik data privasi mereka melalui pemberitahuan kepada pengguna.
5. Menyediakan informasi rating usia disetiap konten.
Hal yang harus dilakukan yaitu melakukan filter lebih mendalam berkaitan informasi rating usia dengan isi konten yang ada karena standar tiap negara memiliki perbedaan dalam menanggapi isi konten dengan rating yang tertera.

Acknowledge

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan. Bantuan dan dorongan yang diberikan sangat membantu penulis dalam mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Penulis menyampaikan rasa syukur dan terimakasih teruntuk kedua orang tua saya yang selalu mendukung saya dan dosen pembimbing saya, Bapak Indra Fajar Alamsyah, S.E., M.H., PH.D dan Ibu Rizka Estisia Pratiwi, S.E., M.S.M. yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya juga sangat berterima kasih kepada teman-teman saya yang membantu saya dalam mengisi kuesioner untuk melengkapi penelitian ini. Bantuan kalian sangat berarti, terima kasih.

Daftar Pustaka

- [1] Yuslestrali, L. P., & Anggrainie, N. (2023). Jurnal Mirai Management Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berlangganan Media Streaming Berbayar Netflix (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Netflix). *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 232–250.
- [2] Shafina, Gamma. (2023). Jumlah Pelanggan Layanan Streaming Indonesia Kian Meningkat. Diakses pada 2 Maret 2024, dari <https://data.goodstats.id/statistic/gammashafina/jumlah-pelanggan-layananstreaming-indonesia-kian-meningkat-s2q42>
- [3] Sabrina Jovanka, & Ade Maulana. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna terhadap Layanan Streaming Video dengan Metode E-service quality: Studi Kasus pada Aplikasi Disney Plus. *SATESI: Jurnal Sains Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 45–51. <https://doi.org/10.54259/satesi.v3i1.2455>
- [4] Santoso, J. B. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1), 127-146.
- [5] Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector. *Sustainability (Switzerland)*, 11(4), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su11041113>
- [6] Praseptiawan, M., Gultom, M. O. N., & Untoro, M. C. (2022). The Evaluation of E-Commerce Using the Customer Satisfaction Index and Importance Performance Analysis. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 11(1), 60–65. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i1.1167>.
- [7] Setyaningrum, F. E. (2020). Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) Methods of Exclusive Matte Lip Cream. *IJIEM - Indonesian Journal of Industrial Engineering and Management*, 1(2), 116. <https://doi.org/10.22441/ijiem.v1i2.10220>.
- [8] Nispi, F., Kurniawati, A., & Wulandari, L. (2023). Analysis of User Satisfaction Level on Study Abroad Guidance Website Using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) Methods. *Engineering and Science*, 8(3), 1-7.
- [9] Saputro, K. E. (2022). Pengukuran Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik dengan Metode WebQual 4.0, Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) Terpadu. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(3), 2112–2126.
- [10] Hamzah, M. L., Rahmadhani, R. F., & Purwati, A. A. (2022). An Integration of Webqual 4.0, Importance Performance Analysis and Customer Satisfaction Index on E-Campus. *Journal of System and Management Sciences*, 12(3), 25–50. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2022.0302>.
- [11] Maudi Sari Mawardi, Susilo Setiyawan, & Rizka Estisia Pratiwi. (2023). Analisis Harga Wajar Saham dengan Dividend Discount Model pada Perusahaan Sektor Keuangan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 86–92. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i2.2874>
- [12] Muhammad Rifan Mutaqin, Mochamad Malik Akbar Rohandi, & Septiana Ayu Estri Mahani. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Transportasi Online Indrive di Bandung. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 69–78. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i2.2824>
- [13] Septian Putra Setiawan, Rusman Frendika, & Indra Fajar Alamsyah. (2023). Pengaruh Self-Efficacy dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja di Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 19–24. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i1.2028>