

ABSTRACT

The advances in technology and innovations in streaming services impact the enhancement of SVOD services. SVOD providers have radically expanded their services to the Southeast Asian region, and Indonesia is one of them. However, the competitive market in Indonesia provides a big task for the providers of SVOD to deal with it. Moreover, the unethical actions of film piracy in Indonesia are also perceived as a threat to SVOD providers to compete in the Indonesian market. With the underlying challenges of competition and piracy, SVOD providers in Indonesia must take action to strive in the contest and, most importantly, keep their engagement with consumers in the long run. Data are obtained and processed from a young adult Indonesian (19-39 years old) online survey. This empirical study then uses conjoint analysis to observe relative importance, significance, socio-demographic influence, and willingness to pay. This paper identified price, video quality, Number of devices, a recommendation system, and original content as the main attributes of SVOD. With all attributes having a significant effect on young adult Indonesian consumers, video quality is the most important attribute, with price and original content coming second and third, respectively. The most valued attribute identified is Video Quality, with a total €4 change in price.

Additionally, after calculating price and utility, the paper finds that one point utility equals €3.08. The study also furthermore identifies that socio-demographic factors such as gender, age, and income do not influence the perceived value of SVOD attributes amongst Indonesian young adult consumers. In conclusion, this study advises SVOD providers to focus on enhancing video quality attributes since they are the most valued attribute. This information may be helpful for SVOD providers to understand consumer preference for SVOD attributes and their willingness to pay for it.

Keywords: Subscription-Video-on-Demand, Streaming services, Consumer Preference, Willingness-to-pay, Attributes, Conjoint Analysis.

ABSTRAK



SVOD. Penyedia SVOD telah secara radikal memperluas layanan mereka ke kawasan Asia Tenggara, dan Indonesia adalah salah satunya. Namun, persaingan pasar di Indonesia memberikan tugas besar bagi penyedia SVOD untuk menghadapinya. Selain itu, tindakan tidak etis pembajakan film di Indonesia juga dianggap sebagai ancaman bagi penyedia SVOD untuk bersaing di pasar Indonesia. Dengan tantangan persaingan dan pembajakan yang mendasari, penyedia SVOD di Indonesia harus mengambil tindakan untuk berjuang dalam kontes dan, yang paling penting, menjaga keterlibatan mereka dengan konsumen dalam jangka panjang. Data diperoleh dan diolah dari survei online dewasa muda Indonesia (19-39 tahun). Studi empiris ini kemudian menggunakan analisis conjoint untuk mengamati kepentingan relatif, signifikansi, pengaruh sosio-demografis, dan kesediaan untuk membayar. Makalah ini mengidentifikasi harga, kualitas video, Jumlah perangkat, sistem rekomendasi, dan konten asli sebagai atribut utama SVOD. Dengan semua atribut yang memiliki pengaruh signifikan terhadap konsumen dewasa muda Indonesia, kualitas video adalah atribut yang paling penting, dengan harga dan konten asli masing-masing berada di urutan kedua dan ketiga. Atribut paling bernilai yang diidentifikasi adalah Kualitas Video, dengan total perubahan harga €4.

Selain itu, setelah menghitung harga dan utilitas, makalah ini menemukan bahwa utilitas satu poin sama dengan €3,08. Studi ini juga lebih jauh mengidentifikasi bahwa faktor sosio-demografis seperti jenis kelamin, usia, dan pendapatan tidak mempengaruhi nilai yang dirasakan dari atribut SVOD di antara konsumen dewasa muda Indonesia. Kesimpulannya, penelitian ini menyarankan penyedia SVOD untuk fokus pada peningkatan atribut kualitas video karena mereka adalah atribut yang paling berharga. Informasi ini mungkin berguna bagi penyedia SVOD untuk memahami preferensi konsumen untuk atribut SVOD dan kesediaan mereka untuk membayarnya.

***Kata kunci:** Subscription-Video-on-Demand, Layanan streaming, Preferensi Konsumen, Kesediaan membayar, Atribut, Analisis Konjoin.*