

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah variabel persepsi manfaat pelanggan (manfaat fungsional, manfaat pengalaman, manfaat finansial, dan manfaat psikososial) berpengaruh signifikan terhadap niat membeli ulang pelanggan yang dimediasi oleh penciptaan nilai pelanggan (nilai instrumental dan nilai terminal). Objek dari penelitian ini adalah platform streaming berbayar (platform streaming berbasis langganan). Responden penelitian ini adalah individu dengan rentang usia 17-35 tahun dan pengguna platform streaming berbasis langganan yang telah menggunakan layanan selama enam bulan terakhir.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode non-probability sampling, dan jumlah responden adalah 236. Metode analisis data yang digunakan adalah uji regresi linear berganda. Temuan menunjukkan bahwa sebagian besar manfaat yang dirasakan konsumen (kecuali manfaat finansial) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang pelanggan. Selain itu, penciptaan nilai pelanggan juga memiliki dampak positif terhadap niat pembelian ulang pelanggan.

Kata kunci: Manfaat yang Dirasakan Pelanggan, Penciptaan Nilai Pelanggan, Niat Membeli Kembali Konsumen, Manfaat Fungsional, Manfaat Pengalaman, Manfaat Finansial, Manfaat Psikososial, Nilai Instrumental, Nilai Terminal, Platform Streaming Berbayar.

ABSTRACT

This research aims to re-examine whether the variables of customers' perceived benefits (functional benefits, experiential benefits, financial benefits, and psychosocial benefits) has a significant effect on the customers' repurchase intention, which is mediated by customers' value creation (instrumental and terminal value). This research's object of this study are paid streaming platforms (subscription based platforms). The respondents of this study are individuals with an age range of 17-35 years old and users of subscription based streaming platforms that have been using the service for the last six months.

The data is collected using a non-probability sampling method, and the number of respondents is 236—multiple linear regression used as the data analysis method. The findings indicated that most of the consumers' perceived benefits (except financial benefits) has a positive and significant effect on customers' repurchase intention. Moreover, the customers' value creation also has a positive impact towards customers' repurchase intention.

Keywords: Customers' Perceived Benefits, Customers' Value Creation, Consumers' Repurchase Intention, Functional Benefits, Experiential Benefits, Financial Benefits, Psychosocial Benefits, Instrumental Value, Terminal Value , Paid Streaming Platform.