Pengaruh Visual eWOM terhadap *Continuance Intention* melalui *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Perceived Value* pada Pengguna Generasi Z di Layanan SVoD (*Subscribe Video on Demand)*

Tugas Akhir

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana Sistem Informasi

Andrea Jatikumoro

221711721

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PENGARUH VISUAL EWOM TERHADAP CONTINUANCE INTENTION MELALUI FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DAN PERCEIVED VALUE PADA PENGGUNA GENERASI Z DI LAYANAN SVOD

yang disusun oleh

Andrea Jatikumoro

221711721

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 28 Juli 2026

			Keterangan
Dosen Pembimbing 1	:	Hendro Gunawan, S.Si., M.T.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	:	Emanuel Ristian Handoyo, S.T., M.Eng.	Telah Menyetujui
Tim Penguji			
Penguji 1	:	Hendro Gunawan, S.Si., M.T.	Telah Menyetujui
Penguji 2	:	Aloysius Bagas Pradipta Irianto, S.Kom., M.Eng., Ph.D.	Telah Menyetujui
Penguji 3	:	Elisabeth Marsella, S.S., M.Li.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 28 Juli 2026

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Prof. Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T., IPU, ASEAN Eng.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

LEMBAR PERNYATAAN

Orisinalitas & Publikasi Ilmiah

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Andrea Jatikumoro

NPM : 221711721

Program Studi : Sistem Informasi

Fakultas : Teknologi Industri

Judul Penelitian : Pengaruh Visual eWOM terhadap *Continuance Intention* melalui *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Perceived Value* pada Pengguna Generasi Z di Layanan SvoD (*Subscribe Video on Demand)*

Menyatakan dengan ini:

1. Skripsi ini adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak merupakan salinan sebagian atau keseluruhan dari karya orang lain.
2. Memberikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta, berupa Hak Bebas Royalti non eksklusif (*Non-Exclusive-Royalty-Free Right*) atas Penelitian ini, dan berhak menyimpan, mengelola dalam pangkalan data, mendistribusikan, serta menampilkan untuk kepentingan akademis, tanpa perlu meminta izin selama tetap mencantumkan nama penulis.
3. Bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum yang mengikuti atas pelanggaran Hak Cipta dalam pembuatan Skripsi ini.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 13 Juli 2026

Yang menyatakan,



Andrea Jatikumoro

221711721

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkah dan karunia-Nya atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik, tanpa kurang suatu apapun. Tugas akhir disusun sebagai syarat menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penelitian ini disusun dari berbagai tahapan yang cukup panjang. Penulis pun menyadari bahwa penyelesaian tugas akhir ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang memberikan kekuatan, pengharapan, penghiburan, dan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir. Tak sekalipun penyertaan-Nya meninggalkan penulis hingga dapat menyelesaikan setiap langkah proses tugas akhir ini dengan baik.
2. Keluarga penulis yang terkasih, yaitu Bapak, Ibu, Mas, dan Adik, yang memberikan semangat, dukungan, dan pengertian bagi penulis selama menempuh studi termasuk dukungan biaya yang sangat berarti, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan tepat waktu.
3. Bapak Hendro Gunawan, S. Si., M. T. selaku dosen pembimbing I atas kesabaran, waktu, dan tenaga memberikan dukungan, penjelasan, arahan, masukan dalam membantu penulis menyelesaikan tugas akhir. Terima kasih atas ketelatenan Bapak dalam menghadapi penulis yang masih sering ragu dan penuh keterbatasan selama proses penyusunan tugas akhir ini.
4. Bapak Emanuel Ristian Handoyo, S. T., M. Eng., selaku dosen pembimbing II terima kasih atas dorongan, semangat, dan pengingat agar penulis dapat disiplin, serta memeriksa dan mengoreksi naskah tugas akhir sehingga penelitian ini tersusun dengan baik.
5. Rekan peneliti penulis, Chatarina yang bersedia untuk mengerjakan bersama tugas akhir terlebih di perpustakaan kampus Universitas Atma Jaya Yogyakarta hingga petang, dukungan, diskusi, kebersamaan, dan semangat satu sama lain

yang saling meneguhkan membuat proses pengerjaan tugas akhir ini ringan dan menyenangkan.

6. Teman-teman perkuliahan, Cinta, Yemima, Maria, Eca, dan Avrilla dan teman kuliah lainnya, terima kasih atas semangat, diskusi, canda tawa, dan berbagi informasi selama perkuliahan hingga tugas akhir. Tidak lupa juga untuk teman kuliah yang lain, Mufti yang selalu berbagi informasi, berbagi semangat, dan konsistensi untuk mengerjakan serta menghadiri bimbingan.
7. Teman semasa sekolah peneliti, Anin, Lintang, Shaula, Anja, Sella, Angelina, serta Uma yang bersama berjuang menyelesaikan tugas akhir. Kenangan masa sekolah bersama kalian menjadi motivasi tersendiri bagi penulis untuk terus maju.
8. Teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan, doa, dan kebersamaan yang diberikan selama ini.
9. Seluruh responden, yaitu Generasi Z pengguna layanan SVoD, atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan hasil data yang baik.
10. Terakhir, kepada diri sendiri yang berhasil untuk berjuang mengalahkan rasa malas, berani untuk melangkah dan memulai hingga akhirnya menyelesaikan tugas akhir ini. Berhasil untuk menyingkirkan beberapa hal yang disukai untuk terus konsisten mengerjakan dengan gigih. Terima kasih telah bertahan di titik terberat, tetap percaya pada diri sendiri ketika ragu, dan tidak menyerah meski lelah berkali-kali datang. Semoga perjuangan ini menjadi awal dari langkah-langkah besar berikutnya, dan menjadi pengingat bahwa peneliti mampu melewati apa pun selama mau berusaha dengan sungguh.

Yogyakarta, 13 Juli 2026



Andrea Jatikumoro

ABSTRAK

Layanan *Subscription Video on Demand* (SVoD) menghadapi persaingan dalam mempertahankan pelanggan, khususnya Generasi Z yang intens terpapar konten visual di media sosial. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Visual eWOM terhadap *Continuance Intention* melalui *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Perceived Value* pada pengguna SVoD Generasi Z berdasarkan kerangka *Stimulus-Organism-Response* (SOR). Penelitian menggunakan metode campuran, dengan analisis kuantitatif PLS-SEM (SmartPLS 4) sebagai analisis utama yang dilengkapi analisis tematik atas tiga pertanyaan terbuka. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan *purposive sampling* terhadap 433 responden. Hasil menunjukkan ketujuh hipotesis diterima (*T-Statistics* > 1.96; *P-Values* < 0.05). Visual eWOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap FoMO (0.278) dan *Perceived Value* (0.636); FoMO (0.184) dan *Perceived Value* (0.319) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*. Visual eWOM juga berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *Continuance Intention* (0.149). FoMO dan *Perceived Value* memediasi hubungan Visual eWOM terhadap *Continuance Intention*, dengan jalur melalui *Perceived Value* (0.203) jauh lebih dominan dibandingkan FoMO (0.051). Temuan menegaskan Generasi Z lebih menautkan Visual eWOM dengan penilaian rasional atas manfaat layanan dibandingkan kecemasan sosial, sehingga penyedia SVoD perlu menonjolkan nilai dan kredibilitas konten untuk mempertahankan pelanggan.

Kata kunci: Visual eWOM; *Fear of Missing Out*; *Perceived Value*; *Continuance Intention*; SVoD

ABSTRACT

Subscription Video on Demand (SVoD) services face intense competition in retaining subscribers, especially Generation Z, who are heavily exposed to visual content on social media. This study analyzes the effect of Visual eWOM on Continuance Intention through Fear of Missing Out (FoMO) and Perceived Value among Generation Z SVoD users, based on the Stimulus-Organism-Response (SOR) framework. With quantitative PLS-SEM analysis (SmartPLS 4) as the primary method, complemented by thematic analysis of three open-ended questions. Data were collected through an online questionnaire using purposive sampling of 433 respondents. The results show that all seven hypotheses were accepted (T-Statistics > 1.96; P-Values < 0.05). Visual eWOM had a positive and significant effect on FoMO (0.278) and Perceived Value (0.636); FoMO (0.184) and Perceived Value (0.319) had a positive and significant effect on Continuance Intention. Visual eWOM also had a positive and significant direct effect on Continuance Intention (0.149). FoMO and Perceived Value mediated the relationship between Visual eWOM and Continuance Intention, with the path through Perceived Value (0.203) far more dominant than through FoMO (0.051). The findings confirm that Generation Z associates Visual eWOM more with a rational assessment of service benefits than with social anxiety, so SVoD providers should emphasize content value and credibility to retain subscribers.

Keywords: *Visual eWOM; Fear of Missing Out; Perceived Value; Continuance Intention; SVoD*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN i
PRAKATA ii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL x
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Pertanyaan Penelitian 5
1.4 Batasan Masalah 5
1.5 Tujuan Penelitian 5
1.6 Manfaat Penelitian 6
1.7 Bagan Keterkaitan 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7
2.1 Studi Sebelumnya 7
2.2 Dasar Teori 13
2.2.1 Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Framework 13
2.2.2 *Subscription Video on Demand* 14
2.2.3 Visual eWOM ..... **Error! Bookmark not defined.**
2.2.4 *Fear of Missing Out* (FoMO) 16
2.2.5 Perceived Value 17
2.2.6 Continuance Intention 18
2.2.7 Generasi Z 19
2.3 Pengembangan Hipotesis 19
2.3.1 Pengaruh Visual eWOM terhadap *Fear of Missing Out* 19
2.3.2 Pengaruh Visual eWOM terhadap Perceived Value 20

2.3.3 Pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap Continuance Intention 21
2.3.4 Pengaruh Perceived Value terhadap Continuance Intention 22
2.3.5 Pengaruh Visual eWOM terhadap Continuance Intention 23
2.3.6 *Fear of Missing Out* dalam Memediasi Hubungan Visual eWOM terhadap Continuance Intention 23
2.3.7 Perceived Value dalam Memediasi Hubungan Visual eWOM terhadap Continuance Intention 24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 26
3.1 Tahapan Penelitian 26
3.1.1 Identifikasi Masalah 26
3.1.2 Studi Literatur dan Penentuan Model Penelitian 27
3.1.3 Perancangan Kuesioner 30
3.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas 33
3.1.5 Penentuan Jumlah Responden 33
3.1.6 Pengumpulan Data 34
3.1.7 Pengolahan dan Analisis Data 35
3.1.8 Kesimpulan dan Saran 39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 41
4.1 Pilot Test 41
4.2 Demografi Responden 41
4.2.1 Jenis Kelamin 42
4.2.2 Usia 42
4.2.3 Domisili 43
4.2.4 Pendidikan Terakhir 44
4.2.5 Layanan SVoD yang Digunakan / Pernah Gunakan 44
4.2.6 Layanan SVoD yang Paling Sering Digunakan 45
4.3 Ekonomi dan Konsumsi Digital 46
4.3.1 Rata-rata Total Pengeluaran Pribadi dalam Satu Bulan 46
4.3.2 Pengeluaran Internet Per Bulan 47
4.3.3 Perangkat Utama yang Digunakan untuk Menonton 47
4.3.4 Intensitas Menonton Layanan SVoD per Minggu 48
4.3.5 Rata-rata Durasi Menonton Layanan SVoD pada Hari Menonton 48

4.4 Penggunaan Layanan SVoD 49
4.4.1 Lama Berlangganan Layanan SVoD 49
4.4.2 Status Kepemilikan Akun SVoD 50
4.4.3 Jenis Paket Berlangganan SVoD 50
4.4.4 Pengeluaran untuk Berlangganan Layanan SVoD 51
4.5 Paparan Visual eWOM 52
4.5.1 Platform Media Sosial yang Sering Dilihat Konten Rekomendasi dan Review SVoD 52
4.5.2 Frekuensi Melihat Konten Visual tentang SVoD per Minggu 53
4.6 Analisis Data 53
4.6.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 54
4.6.2 Evaluasi Model Struktural *(Inner Model)* 62
4.6.3 Interpretasi Hasil Pengujian *Outer Model* 67
4.6.4 Interpretasi Hasil Pengujian *Inner Model* 68
4.6.5 Interpretasi Hasil Kualitatif Pertanyaan Terbuka 79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 88
5.1 Kesimpulan 88
5.2 Saran 89
DAFTAR PUSTAKA 91
LAMPIRAN 96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Demografi Responden Jenis Kelamin 42
Gambar 4.2 Demografi Responden Usia 43
Gambar 4.3 Demografi Responden Domisili 44
Gambar 4.4 Demografi Responden Pendidikan Terakhir 44
Gambar 4.5 Demografi Responden Layanan SVoD yang Pernah Digunakan 45
Gambar 4.6 Demografi Layanan yang Sering Digunakan 46
Gambar 4.7 Distribusi Rata-rata Pengeluaran Pribadi dalam Satu Bulan 46
Gambar 4.8 Distribusi Pengeluaran Internet Responden per Bulan 47
Gambar 4.9 Distribusi Perangkat Utama yang Digunakan untuk Menonton 48
Gambar 4.10 Distribusi Intensitas Menonton SVoD per Minggu 48
Gambar 4.11 Distribusi Durasi Menonton 49
Gambar 4.12 Distribusi Lama Berlangganan Layanan SVoD 50
Gambar 4.13 Distribusi Status Kepemilikan Akun SVoD 50
Gambar 4.14 Distribusi Jenis Paket Berlangganan 51
Gambar 4.15 Distribusi Pengeluaran untuk Berlangganan Layanan SVoD 52
Gambar 4.16 Distribusi Platform Media Sosial yang Sering Dilihat 53
Gambar 4.17 Distribusi Melihat Konten Visual 53
Gambar 4.18 Model Penelitian 54

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Perbandingan Teori 30
Tabel 3.2 Tabel Rincian Pertanyaan Kuesioner 33
Tabel 4.1 Nilai *Loading Factor* 55
Tabel 4.2 Hasil Estimasi Ulang *Loading Factor* 56
Tabel 4.3 Tabel AVE 57
Tabel 4.4 Nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* 58
Tabel 4.5 Nilai *Fornell-Larcker Criterion* 58
Tabel 4.6 Tabel Nilai *Cross Loading* 60
Tabel 4.7 Tabel Nilai *Composite Reliability* 60
Tabel 4.8 Tabel Nilai *Cronbach's Alpha* 61
Tabel 4.9 Tabel Hasil VIF 62
Tabel 4.10 Tabel Nilai *R-Square* 63
Tabel 4.11 Tabel Nilai *f-Square* 64
Tabel 4.12 Tabel Nilai Q^2*predict* 65
Tabel 4.13 Tabel Nilai Uji Hipotesis 67
Tabel 4.14 Tabel Rekap Pertanyaan Terbuka 1 81
Tabel 4.15 Tabel Rekap Pertanyaan Terbuka 2 83
Tabel 4.16 Tabel Rekap Pertanyaan Terbuka 3 86