

ABSTRAK

Pertumbuhan layanan *streaming* digital yang pesat meningkatkan persaingan antar *platform Subscription Video on Demand* (SVOD), khususnya di pasar berkembang seperti Indonesia. Netflix sebagai salah satu *platform streaming* global menghadapi persaingan yang semakin ketat dari berbagai layanan *streaming* internasional maupun lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Value*, *Viral Marketing*, dan *AI personalization* terhadap *Purchase Intention* dengan *UI/UX* sebagai variabel mediasi pada pengguna Netflix di Kota Semarang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 182 pengguna Netflix di Kota Semarang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online menggunakan skala Likert 1–10. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan software AMOS. Analisis meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, dan *goodness of fit*, kemudian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis untuk melihat pengaruh langsung, tidak langsung, dan total antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis memiliki pengaruh positif dan signifikan. *Perceived Value*, *Viral Marketing*, dan *AI personalization* berpengaruh signifikan terhadap *UI/UX*. Selain itu, *Perceived Value*, *Viral Marketing*, *AI personalization*, dan *UI/UX* juga berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *UI/UX* berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara variabel independen terhadap *Purchase Intention*. Variabel *Perceived Value* menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi *Purchase Intention*.

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan *Perceived Value*, optimalisasi strategi *Viral Marketing*, pengembangan *personalisasi* berbasis AI, serta penguatan desain estetika digital menjadi strategi penting dalam meningkatkan *purchase intention* pengguna. Integrasi faktor-faktor tersebut dapat meningkatkan pengalaman pengguna serta memperkuat daya saing Netflix di tengah persaingan industri *streaming* yang semakin kompetitif.

Kata kunci: *Perceived Value*, *Viral Marketing*, *AI personalization*, *UI/UX*, *Purchase Intention*, *Netflix*