

ABSTRAK

Disney+ Hotstar merupakan salah satu layanan *Subscription Video on Demand* (SVOD) yang menyediakan berbagai konten video streaming yang dapat diakses secara berlangganan. Sejak mulai beroperasi pada tahun 2020, Disney+ Hotstar sempat berhasil memimpin pangsa pasar layanan SVOD di Indonesia. Seiring waktu, Disney+ Hotstar mengalami penurunan pangsa pasar dan jumlah pelanggan, yang menunjukkan bahwa tingkat *e-loyalty* pengguna masih belum optimal. Berdasarkan berbagai ulasan pengguna dan pra-survei yang dilakukan oleh peneliti, hal ini terindikasi disebabkan oleh kualitas layanan digital yang belum memadai. Selain itu, kenaikan harga langganan tanpa diimbangi peningkatan kualitas layanan memunculkan persepsi ketidakadilan harga (*price fairness*) di kalangan konsumen, yang diduga turut memengaruhi tingkat *e-loyalty*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *e-service quality* dan *price fairness* terhadap *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pengguna Disney+ Hotstar. Penelitian ini menggunakan teori *Stimulus-Organism-Response* (SOR) untuk menjelaskan hubungan antarvariabel.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik purposive sampling melalui kuesioner yang disebar secara daring dan sebanyak 230 responden terlibat dalam penelitian ini. Analisis data dilakukan dengan metode PLS melalui aplikasi SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *price fairness* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-satisfaction*, dan *e-satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-loyalty*. Selain itu, *e-satisfaction* terbukti memediasi pengaruh *e-service quality* dan *price fairness* terhadap *e-loyalty*. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan loyalitas konsumen, Disney+ Hotstar perlu mengoptimalkan kepuasan konsumen melalui peningkatan kualitas layanan digital serta memastikan penetapan harga yang dianggap wajar oleh pelanggan.

Kata Kunci: *E-Service Quality, Price Fairness, E-Satisfaction, E-Loyalty.*