

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN  
SITUS BERITA SUARAMERDEKA.COM  
DENGAN SIKAP TERHADAP PENGGUNAAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**Muthia Hanum Widyananda**  
**NIM. 12010113120067**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2018**

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN  
SITUS BERITA SUARAMERDEKA.COM  
DENGAN SIKAP TERHADAP PENGGUNAAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**Muthia Hanum Widyananda**  
**NIM. 12010113120067**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2018**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Muthia Hanum Widyananda  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120067  
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN  
SITUS BERITA SUARAMERDEKA.COM  
DENGAN SIKAP TERHADAP PENGGUNAAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**  
Dosen Pembimbing : Rizal Hari Magnadi, S.E., M.M.

Semarang, 09 Juli 2018

Dosen Pembimbing,

Rizal Hari Magnadi, S.E., M.M.

NIP. 198404302009121006

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Mahasiswa : Muthia Hanum Widyananda  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120067  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN  
SITUS BERITA SUARAMERDEKA.COM  
DENGAN SIKAP TERHADAP PENGGUNAAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**  
Dosen Pembimbing : Rizal Hari Magnadi, S.E., M.M

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 18 Juli 2018.**

Tim Penguji

1. Rizal Hari Magnadi, S.E., M.M (.....)
  
  
2. Drs. H. Mudiantono, M.Sc (.....)
  
  
3. Dr. Farida Indriani, S.E., M.M (.....)

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Muthia Hanum Widyananda menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Situs Berita Suaramerdeka.com Dengan Sikap Terhadap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagian tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya, berarti gelar dan ijazah yang diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 09 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,

Muthia Hanum Widyananda

NIM. 12010113120067

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Sungguh orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan mereka itu  
adalah sebaik-baik makhluk”

(Q.S Al-Bayyinah : 7)

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta :

Drs. Riyono Wibowo., M.Si dan Sri Patmiyarti., S.E

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat untuk menggunakan situs berita Suaramerdeka.com melalui sikap terhadap penggunaan sebagai variabel intervening.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden di Kota Semarang yang menggunakan internet dan mengetahui informasi tentang Suaramerdeka.com. Metode analisis yang digunakan adalah teknik analisis berganda yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji f uji determinasi, dan uji sobel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan. Sementara sikap terhadap penggunaan sebagai variabel intervening memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan.

Kata Kunci : persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, sikap terhadap penggunaan, minat untuk menggunakan

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of perceived ease of use and perceived usefulness towards intention to use news sites Suaramerdeka.com through attitude towards use as the intervening variable.*

*The sampling method used on this research is non-probability sampling with purposive sampling technique. Samples were collected from 100 respondents on Semarang who use the internet and knows information about Suaramerdeka.com. Analysis method used here is multiple regression analysis which includes validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression test, t-test, f-test, determination test and sobel test.*

*The result showed that perceived ease of use and perceived usefulness has positive and significant influence on attitude towards use. While attitude towards use as the intervening variable has positive and significant influence on intention to use.*

*Keywords : perceived ease of use, perceived usefulness, attitude towards use, intention to use*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN SITUS BERITA SUARAMERDEKA.COM DENGAN SIKAP TERHADAP PENGGUNAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING** yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Drs. Bambang Munas Dwiyanto, SE, MM, DipCom selaku Dosen Wali penulis.
4. Bapak Rizal Hari Magnadi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, semangat, serta saran dan masukan yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi

dari awal hingga akhir dan proses selama menempuh studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

5. Bapak Drs. H. Mudiantono, M.Sc dan Ibu Dr. Farida Indriani, S.E., M.M selaku Dosen Penguji yang telah memberi banyak masukan dan saran kepada penulis.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bantuan bagi penulis pada masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta Bapak Drs. Riyono Wibowo M.Si dan Ibu Sri Patmiyarti S.E, adik Gilang Akbar Widyantoro, eyangti Soelasmi, dan keluarga besar yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan tiada henti untuk penulis.
8. Sahabat terdekat penulis Febriana Krisma, Alda Ardelia, dan Satrio yang sudah memberikan motivasi, dan doa dari awal hingga selesainya pembuatan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat Manajemen 2013 Andriana, Yunita, Firda, Prahendita, Kharisma, Nuridha, Anindya, Hana, Andreana, Izzah, Nathalia, Prilly, Bimo, Rendi, Safaat, Ida, dan Arine yang sudah memberikan semangat serta pengalaman berteman yang luar biasa sejak awal masuk kuliah hingga saat ini.
10. Teman-temanku Shabira, Nia, Ramahdania, Ika, Cania, Laura, Ajeng, Dania, dan Meika yang selalu memberikan keceriaan pada penulis.

11. Seluruh Teman-teman Manajemen lainnya dan semua pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terima kasih atas bantuannya selama ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan akan mendapat balasan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Penulis menyadari skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca di masa yang akan datang.

Semarang, 09 Juli 2018

Penulis,

Muthia Hanum Widyananda

NIM. 12010113120067

## DAFTAR ISI

|   | Halaman |
|---|---------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....  | i       |
| <b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....  | ii      |
| <b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....   | iii     |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....  | iv      |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....  | v       |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | vi      |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | vii     |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....   | viii    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | xiv     |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | xvi     |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....  | xvii    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....  | 1       |
| 1.1 Latar Belakang .....  | 1       |
| 1.2 Rumusan Masalah.....  | 9       |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....  | 10      |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian .....   | 10      |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian .....   | 11      |
| 1.4 Sistematika Penulisan .....   | 12      |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....  | 14      |
| 2.1 Landasan Teori.....   | 14      |
| 2.1.1 Perilaku Konsumen.....  | 14      |
| 2.1.2 Situs berita online ( <i>News Portal</i> ).....                               | 15      |
| 2.1.3 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....                                | 16      |
| 2.1.4 Minat Menggunakan .....   | 17      |
| 2.1.5 Sikap Terhadap Penggunaan.....  | 18      |
| 2.1.6 Persepsi Kemudahan Penggunaan .....   | 19      |
| 2.1.7 Persepsi Manfaat.....   | 20      |
| 2.2 Hubungan Antar Variabel.....  | 20      |
| 2.2.1 Hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Sikap Terhadap Penggunaan ..... | 20      |
| 2.2.2 Hubungan Persepsi Manfaat dengan Sikap Terhadap Penggunaan .....              | 21      |
| 2.2.3 Hubungan antara Sikap Terhadap Penggunaan dengan Minat Menggunakan .....      | 22      |
| 2.3 Penelitian Terdahulu .....  | 23      |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....  | 25        |
| 2.5 Hipotesis Penelitian .....   | 26        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                       | <b>27</b> |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....              | 27        |
| 3.1.1 Variabel Penelitian .....  | 27        |
| 3.1.2 Definisi Operasional .....   | 28        |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....  | 29        |
| 3.2.1 Populasi .....   | 29        |
| 3.2.2 Sampel .....   | 29        |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data .....  | 30        |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data .....  | 31        |
| 3.5 Metode Analisis Data .....   | 32        |
| 3.5.1 Uji Instrumen Data .....   | 34        |
| 3.5.1.1 Uji Validitas .....  | 34        |
| 3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....   | 34        |
| 3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....  | 35        |
| 3.5.2.1 Uji Normalitas .....   | 35        |
| 3.5.2.2 Uji Multikolonieritas .....  | 35        |
| 3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....  | 36        |
| 3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....                                 | 36        |
| 3.5.4 Uji Hipotesis (Uji <i>Godness of Fit</i> ) .....                       | 37        |
| 3.5.4.1 Uji Parsial (Uji Statistik t) .....                                  | 37        |
| 3.5.4.2 Uji Kelayakan Model (Uji F) .....                                    | 38        |
| 3.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi ( <i>R</i> <sup>2</sup> ) .....            | 38        |
| 3.5.4.4 Uji Sobel ( <i>Sobel Test</i> ) .....                                | 39        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                     | <b>40</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                     | 40        |
| 4.2 Gambaran Umum Responden .....  | 41        |
| 4.2.1 Profil Responden .....   | 42        |
| 4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan<br>Internet ..... | 44        |
| 4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....                                      | 44        |
| 4.3.1 Analisis Indeks Jawaban Persepsi Kemudahan Penggunaan ..               | 46        |
| 4.3.2 Analisis Indeks Jawaban Persepsi Manfaat .....                         | 47        |
| 4.3.3 Analisis Indeks Jawaban Sikap Terhadap Penggunaan .....                | 48        |
| 4.3.4 Analisis Indeks Jawaban Minat Menggunakan .....                        | 50        |
| 4.4 Hasil Analisis Penelitian .....  | 52        |
| 4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....                                   | 52        |
| 4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....  | 54        |
| 4.4.3 Uji Regresi Linier Berganda .....                                      | 59        |

|   |    |
|---|----|
| 4.4.4 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....  | 62 |
| 4.4.5 Uji Sobel .....   | 67 |
| 4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....   | 68 |
| 4.5.1 Pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan terhadap Sikap terhadap penggunaan ..... | 70 |
| 4.5.2 Pengaruh Persepsi manfaat terhadap Sikap terhadap penggunaan.....               | 71 |
| 4.5.3 Pengaruh Sikap terhadap penggunaan terhadap Minat menggunakan.....              | 72 |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....  | 73 |
| 5.1 Kesimpulan .....  | 73 |
| 5.2 Implikasi Teoritis .....  | 74 |
| 5.3 Implikasi Manajerial .....  | 76 |
| 5.4 Keterbatasan Penelitian.....  | 78 |
| 5.5 Saran .....   | 78 |
| 5.5.1 Saran penelitian yang akan datang.....  | 78 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....   | 79 |
| <b>LAMPIRAN</b> .....   | 83 |

## DAFTAR TABEL

|   | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 Peringkat situs portal berita online Januari 2018.....  | 6       |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....  | 23      |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....  | 28      |
| Tabel 4.1 Distribusi Karakteristik Demografi Responden.....   | 42      |
| Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Rata-rata Penggunaan Internet per-<br>hari.....                              | 44      |
| Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan<br>Penggunaan .....                            | 46      |
| Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....   | 47      |
| Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat ..   | 47      |
| Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Persepsi Manfaat .....   | 48      |
| Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap Terhadap<br>Penggunaan .....                                | 49      |
| Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Sikap Terhadap Penggunaan .....  | 50      |
| Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Menggunakan<br>.....  | 50      |
| Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Minat Menggunakan .....   | 51      |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....   | 52      |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....   | 53      |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....  | 57      |
| Tabel 4.14 Hasil Regresi Persepsi kemudahan penggunaan dan Persepsi manfaat<br>terhadap Sikap terhadap penggunaan ..... | 60      |
| Tabel 4.15 Hasil Regresi Sikap terhadap penggunaan terhadap Minat menggunakan<br>.....                                  | 61      |
| Tabel 4.16 Hasil Uji T Persepsi kemudahan penggunaan dan Persepsi manfaat<br>terhadap Sikap terhadap penggunaan .....   | 63      |
| Tabel 4.17 Hasil Uji T Sikap terhadap penggunaan terhadap Minat menggunakan<br>.....                                    | 63      |
| Tabel 4.18 Hasil Uji F Persepsi kemudahan penggunaan dan Persepsi manfaat<br>terhadap Sikap terhadap penggunaan .....   | 64      |
| Tabel 4.19 Hasil Uji F Sikap terhadap penggunaan terhadap Minat menggunakan<br>.....                                    | 65      |

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 4.20 | Hasil Uji Koefisien Determinasi Persepsi kemudahan penggunaan dan Persepsi manfaat terhadap Sikap terhadap penggunaan..... | 66 |
| Tabel 4.21 | Hasil Uji Koefisien Determinasi Sikap terhadap penggunaan terhadap Minat menggunakan.....                                  | 66 |
| Tabel 5.1  | Implikasi teoritis.....  | 74 |
| Tabel 5.2  | Implikasi Manajerial .....   | 76 |



## DAFTAR GAMBAR

|            | Halaman  |
|------------|--|
| Gambar 1.1 | Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 1998-2017..... 2  |
| Gambar 1.2 | Perilaku Pengguna Internet Indonesia Menurut Jenis Konten yang diakses Tahun 2016 ..... 3  |
| Gambar 1.3 | Studi Konsumsi Berita Online Indonesia..... 5  |
| Gambar 1.4 | Grafik <i>Traffic Ranks</i> suaramerdeka.com Pada April 2017 - Januari 2018 ..... 7  |
| Gambar 2.1 | <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> ..... 17  |
| Gambar 2.2 | Kerangka Pemikiran Teoritis ..... 25   |
| Gambar 4.1 | Halaman Utama Situs Suara Merdeka Cybernews (www.suaramerdeka.com) ..... 41  |
| Gambar 4.2 | Hasil Uji Normalitas (Histogram) Persepsi kemudahan penggunaan dan Persepsi manfaat terhadap Sikap terhadap penggunaan ..... 55            |
| Gambar 4.3 | Hasil Uji Normalitas (Histogram) Sikap terhadap penggunaan terhadap Minat menggunakan..... 55  |
| Gambar 4.4 | Hasil Uji Normalitas (P-Plot) Persepsi kemudahan penggunaan dan Persepsi manfaat terhadap Sikap terhadap penggunaan ..... 56               |
| Gambar 4.5 | Hasil Uji Normalitas (P-Plot) Sikap terhadap penggunaan terhadap Minat menggunakan ..... 56  |
| Gambar 4.6 | Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot) Persepsi kemudahan penggunaan dan Persepsi manfaat terhadap Sikap terhadap penggunaan ..... 58 |
| Gambar 4.7 | Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot) Sikap terhadap penggunaan terhadap Minat menggunakan..... 59                                   |
| Gambar 4.8 | Hasil Uji Sobel Pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan terhadap Minat menggunakan melalui Sikap terhadap penggunaan ..... 67               |
| Gambar 4.9 | Hasil Uji Sobel Pengaruh Persepsi manfaat terhadap Minat menggunakan melalui Sikap terhadap penggunaan ..... 68                            |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   | Halaman |
|---|---------|
| LAMPIRAN A : Kuesioner Penelitian ..... | 83      |
| LAMPIRAN B : Tabulasi Data.....         | 89      |
| LAMPIRAN C : Hasil Olah Data .....      | 95      |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

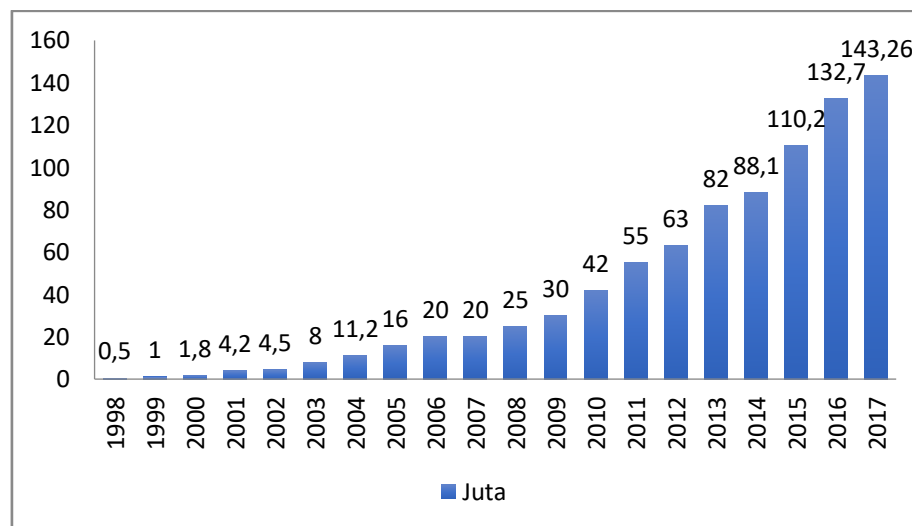
### **1.1 Latar Belakang**

Dalam menjalankan suatu bisnis perusahaan seringkali berada pada situasi yang tidak pasti, sehingga para pemasar dituntut untuk memiliki kemampuan adaptasi teknologi dan inovasi yang tinggi. Proses adaptasi dapat dilakukan oleh pihak konsumen ataupun pihak bisnis. Konsumen melakukan adaptasi dengan merespon perubahan penawaran, fasilitas, dan fitur yang disediakan pelaku bisnis. Pelaku bisnis beradaptasi dengan menyiasati perubahan perilaku, dan kebiasaan konsumen dalam beraktivitas. Pada beberapa industri dan kondisi terjadi ketidakseimbangan antara kecepatan perubahan perilaku konsumen dengan pelaku bisnis. Salah satu pemicu perubahan perilaku konsumen yaitu naik dan turunnya berbagai industri. Konsumen akan tertarik dengan penawaran atau inovasi yang diberikan oleh industri yang sedang berkembang, seperti *e-commerce*, transportasi online dan semua industri pendukung yang bersinggungan dengan teknologi digital dan internet akan mengalami peningkatan sedangkan industri yang mengabaikan dan tidak tanggap dalam menghadapi perkembangan teknologi akan mengalami penurunan (Mulyadi, 2017).

Perubahan perilaku konsumen menuntut perusahaan untuk melakukan strategi marketing yang inovatif. Perilaku konsumen dengan usia 18 sampai 35 pada tahun 2017 tentu berbeda dengan perilaku konsumen usia 18 sampai 35 tahun pada tahun 1997. Konsumen usia 18 sampai 35 pada tahun 1997 lebih memilih televisi

dan surat kabar sebagai media komunikasi yang banyak dikonsumsi, sehingga pemasar menggunakan televisi dan surat kabar sebagai media komunikasi produk. Namun, berbeda dengan konsumen usia 18 sampai 35 pada tahun 2017 yang lebih memilih internet dibandingkan televisi dan surat kabar, maka pemasar yang memahami dan tanggap terhadap perubahan perilaku konsumen akan meninggalkan televisi dan surat kabar kemudian beralih ke internet sebagai media komunikasi produknya (Andika, 2017).

**Gambar 1.1**  
**Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia**  
**Tahun 1998-2017**

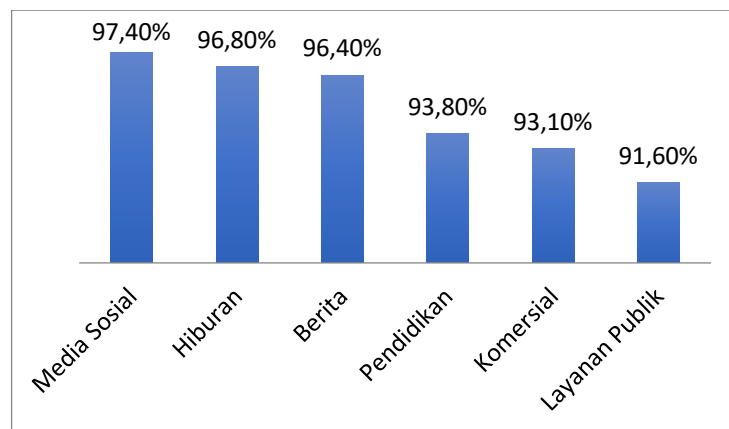


Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017

Pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan sejak tahun 1998 hingga 2017. Penetrasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 yaitu sebesar 54,68% sebanyak 143,26 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 262 juta jiwa. Dapat diprediksi bahwa penetrasi dan penggunaan internet akan terus mengalami

peningkatan. Peningkatan jumlah pengguna internet tentu berhubungan dengan perubahan aktivitas atau kebiasaan masyarakat.

**Gambar 1.2**  
**Perilaku Pengguna Internet Indonesia**  
**Menurut Jenis Konten yang diakses Tahun 2016**



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2016

Pada Gambar 1.2 yaitu survey perilaku pengguna internet Indonesia tahun 2016 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, menunjukkan bahwa pencarian konten berita berada pada peringkat ketiga yaitu sebesar 96,4%. Artinya internet menjadi salah satu alternatif untuk masyarakat sebagai media untuk mencari berita selain melalui surat kabar.

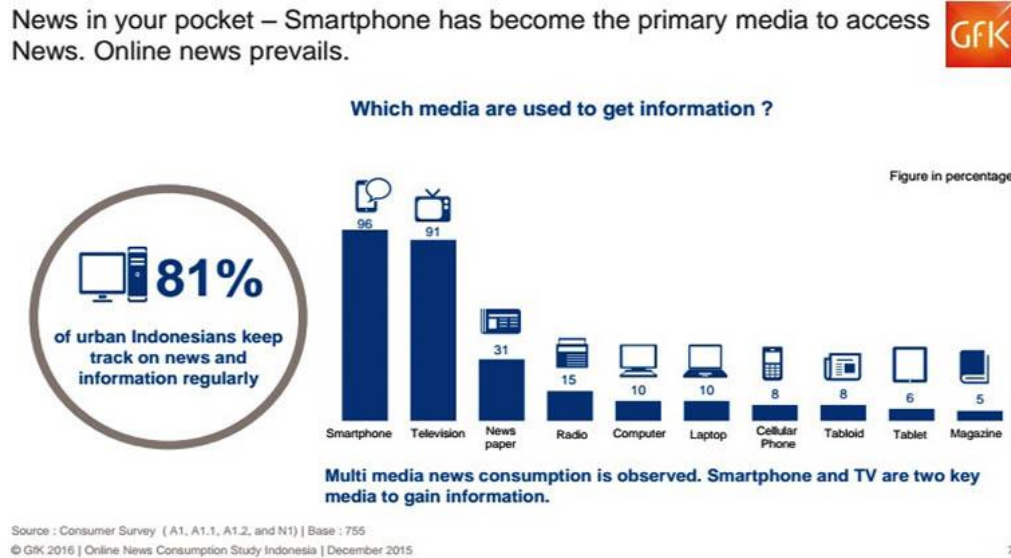
Perkembangan teknologi digital dan internet telah memberikan dampak yang besar pada beberapa industri. Industri yang dulu pernah dominan seperti industri surat kabar, majalah, rekaman musik, radio, dan telepon jarak jauh, telah mengalami perubahan dan tidak mungkin kembali seperti bentuk dahulu. Beberapa diantaranya bahkan terancam punah. Lingkungan digital dengan biaya tambahan hampir mendekati nol, namun kita dapat mengakses, menduplikasi, dan distribusi yang lebih baik dapat mengancam sektor yang tidak mampu mengikuti perubahan.

Perusahaan baru berbasis *platform* berkembang pesat dan mampu menggantikan bahkan mengubah bentuk bisnis yang ada. Fenomena yang terjadi saat ini seperti kemunculan *platform* transportasi online seperti gojek, grab dan sejenisnya mampu merubah tatanan bisnis transportasi. Keberadaan *platform* seperti ini dapat menghancurkan bisnis lama dan menciptakan peluang bisnis baru yang belum pernah ada sebelumnya. Perusahaan besar atau kecil wajib beradaptasi dengan perkembangan tersebut jika tidak ingin mati.

Fenomena seperti transportasi online juga terjadi pada industri media cetak surat kabar. Digitalisasi dan internet diduga telah menyebabkan beberapa media cetak mengalami gulung tikar karena tirasnya yang terus menurun dan kalah bersaing dengan industri media berbasis online. The Washington Post, salah satu surat kabar terkemuka di Amerika Serikat telah menutup tiga kantor biro di New York, Los Angeles, dan Chicago pada akhir tahun 2009 (vivanew.co.id, 2009). Kemudian pada akhir tahun 2012 majalah Newsweek mengentikan edisi cetaknya dan beralih ke edisi digital online pada awal 2013. Hal serupa juga terjadi pada beberapa surat kabar di Indonesia, seperti harian Jurnal Nasional atau Jurnas surat kabar yang didirikan oleh mantan presiden Indonesia yang ke enam yaitu Susilo Bambang Yudhoyono. Harian Jurnas menghentikan edisi cetaknya pada November 2014 dan beralih menjadi media berita online jurnas.com (republika.co.id, 2014).

Seiring berkembangnya teknologi mencari berita melalui internet dianggap lebih efisien karena masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan mencari berita kapan saja melalui ponsel *smartphone*.

### Gambar 1.3 Studi Konsumsi Berita Online Indonesia



Sumber : [techno.okezone.com](http://techno.okezone.com), 2016

Gambar 1.3 merupakan temuan dari riset Indonesian Digital Association (IDA), yang didukung oleh Baidu Indonesia, dan dilaksanakan oleh lembaga riset global GfK. Masyarakat perkotaan Indonesia menggemari konsumsi berita secara online melalui telepon genggam (smartphone). Persentasenya mencapai 96% yang merupakan angka tertinggi dibandingkan media lain seperti televisi 91%, surat kabar 31% serta radio 15%.

Kemudahan mengakses berita melalui situs online membuat persaingan media cetak surat kabar bergeser ke situs berita online (*news portal*). Hal tersebut juga harus diantisipasi oleh PT. Suara Merdeka Press. PT. Suara Merdeka Press merupakan perusahaan yang bergerak di industri media massa dengan *market share* tertinggi di Jawa Tengah. Pesaing Suara Merdeka yang masih bertahan sampai saat ini beberapa diantaranya adalah Jawa Pos, Kompas, dan Tribun Jateng. Beberapa strategi diterapkan Suara Merdeka untuk tetap bertahan pada industri surat kabar di

Jawa Tengah. Dengan melihat fenomena yang terjadi, Suara Merdeka harus mengikuti perkembangan teknologi untuk mempertahankan eksistensi dan keberlangsungan perusahaan. Suara Merdeka sendiri telah melakukan strategi dan upaya untuk menghadapi era digital dan internet, yaitu dengan melakukan konvergensi media membentuk jaringan pemberitaan Suara Merdeka *Network* yang terdiri dari Suara Merdeka, Wawasan, Suara Merdeka.com, Suara Merdeka.TV, TVKU, dan Suara Sakti FM (Markom Suara Merdeka Firman Andry 2017, Komunikasi Personal, 10 Desember).

Namun, dapat kita lihat pada Tabel 1.1 berdasarkan data pada *Alexa Traffic Rank* menunjukkan bahwa Suaramerdeka.com berada pada peringkat 2.836 bahkan berada jauh dibawah Jawapos.com yang ada pada peringkat ke 61. Disaat pesaing dari Suara Merdeka memiliki *Traffic Rank* yang terus meningkat namun penurunan justru terjadi pada Suaramerdeka.com. Keadaan tersebut dapat menjadi ancaman yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen.

**Tabel 1.1**  
**Peringkat situs portal berita online Januari 2018**

| Situs Berita di Indonesia | Ranking Nasional |
|---------------------------|------------------|
| Tribunnews.com            | 4                |
| Detik.com                 | 5                |
| Kompas.com                | 7                |
| Jawapos.com               | 61               |
| Suaramerdeka.com          | 2.836            |

Sumber : [www.alexacom](http://www.alexacom) 2018, diolah.

*Traffic* sebuah situs merupakan salah satu indikator kinerja terpenting pada suatu perusahaan yang menyediakan konten digital atau website. Selain mencerminkan popularitas sebuah situs, hal tersebut juga memberikan dasar untuk



memperoleh pendapatan dari biro iklan berbasis web. Maka, banyak perusahaan menerapkan berbagai strategi untuk menghasilkan *traffic* yang unggul. Mendapatkan dan mempertahankan pengunjung di situs perusahaan terus menjadi salah satu masalah yang sulit dipahami, seperti halnya Suara Merdeka.

**Gambar 1.4**  
**Grafik *Traffic Ranks* suaramerdeka.com**  
**Pada April 2017 - Januari 2018**



Sumber : [www.alexa.com](http://www.alexa.com), 2017-2018

Dengan melihat perubahan perilaku konsumen yang terjadi saat ini, Suara Merdeka dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi dalam menghadapi persaingan dunia pers yang semakin ketat. Namun pada Gambar 1.4 data yang didapatkan menunjukkan bahwa terus terjadi penurunan *traffic ranks* Suaramerdeka.com dari April 2017 sampai dengan Januari 2018. Kondisi tersebut sudah seharusnya menjadi perhatian perusahaan.

Kondisi tersebut mewajibkan PT. Suara Merdeka Press mencari tahu lebih lanjut mengenai faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi intensi atau minat masyarakat dalam mengunjungi atau mengakses situs berita online Suaramerdeka.com. Penelitian ini bertujuan untuk mencari atau menganalisis minat seseorang khususnya pengguna internet, untuk mengakses situs berita online

Suaramerdeka.com dan menganalisis perbaikan apa yang perlu dilakukan oleh Suaramerdeka.com guna meningkatkan minat seseorang untuk mengunjungi situs Suaramerdeka.com. Penelitian ini mengembangkan versi model ketahanan TAM. *Technology Acceptance Model* atau TAM adalah model yang dibenarkan secara teoritis dan empiris yang dimaksudkan untuk menjelaskan penerimaan teknologi atau sistem informasi (Teo dan Noyes, 2011). TAM pertama kali dikembangkan oleh Davis et al., pada tahun 1986. TAM memiliki dua elemen penting yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan (Davis, et al 1989).

Strategi yang tepat dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan situs Suaramerdeka.com dalam mencari berita melalui internet. Minat masyarakat untuk mengakses situs berita Suaramerdeka.com dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti persepsi manfaat. Persepsi manfaat adalah sejauh mana tingkat keuntungan yang didapatkan ketika mengakses berita melalui situs berita Suaramerdeka.com (Davis, et al 1989). Sesuatu yang memberikan banyak keuntungan pada konsumen kemungkinan besar akan diterima oleh masyarakat dengan baik. Semakin konsumen merasa situs berita Suaramerdeka.com bermanfaat, maka akan semakin sering layanan tersebut digunakan.

Minat masyarakat untuk menggunakan situs berita Suaramerdeka.com juga dapat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan ditentukan oleh seberapa besar usaha yang digunakan untuk menggunakan situs tersebut, semakin kecil usaha yang dikeluarkan maka semakin mudah situs tersebut digunakan. Konsumen menginginkan situs yang digunakan bebas dari upaya atau masalah (Davis, et al 1989).

Dalam penelitian ini peneliti memasukan sikap terhadap penggunaan sebagai variabel intervening. Beberapa penelitian menemukan bahwa sikap terhadap penggunaan sebagai prediktor signifikan dari minat untuk menggunakan sebuah teknologi. Menurut Yang dan Yoo (2004) penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mencapai kejelasan yang lebih besar mengenai sikap terhadap penggunaan.

Berdasarkan fenomena di atas, menjadi penting untuk menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan situs berita Suaramerdeka.com sebagai media untuk mencari berita. Oleh sebab itu, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Situs Berita Suaramerdeka.com Dengan Sikap Terhadap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Latar belakang dan data diatas menunjukkan bahwa Suara Merdeka telah melakukan strategi untuk menghadapi era digital dan internet dengan melakukan konvergensi media salah satunya membuka situs portal berita Suaramerdeka.com. Namun, *traffic* dari situs Suaramerdeka.com terus mengalami penurunan. Dengan mempelajari faktor – faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan situs berita Suaramerdeka.com, diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan.

*Technology Acceptance Model* (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 dan terus menjadi model teoritis paling banyak diterima di bidang sistem informasi. Penggunaan sistem dapat diprediksi berdasarkan faktor-faktor persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan (Davis, 1989).

Penelitian Yang dan Yoo (2004) menyatakan bahwa sikap terhadap penggunaan dapat menjadi prediktor signifikan dari minat untuk menggunakan suatu sistem. Lebih lanjut, penelitian Heijden (2003) menyatakan bahwa sikap merupakan mediator yang kuat antara keyakinan dan niat untuk menggunakan. Sebuah situs yang mudah digunakan dan memberikan manfaat akan memberikan umpan balik respon, sikap baik pengunjung yang kemudian dapat mengarah ke minat untuk menggunakan. Hal serupa diungkapkan oleh Chen, et al (2002) bahwa niat menggunakan dipengaruhi oleh sikap terhadap penggunaan, dan sikap dipengaruhi langsung oleh keyakinan tentang sistem yang terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut dapat ditentukan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap terhadap penggunaan pada situs Suamerdeka.com?
2. Apa pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap terhadap penggunaan pada situs Suamerdeka.com?
3. Apa pengaruh sikap terhadap penggunaan terhadap minat menggunakan situs Suamerdeka.com?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Mengacu pada latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap terhadap penggunaan situs Suaramerdeka.com.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap terhadap penggunaan situs Suaramerdeka.com.
3. Untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap penggunaan terhadap minat menggunakan situs Suaramerdeka.com.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak yang berkepentingan pada penelitian ini :

1. Bagi peneliti

Menambah pengetahuan peneliti mengenai strategi pemasaran suatu perusahaan dan bagaimana mengatasi permasalahan dalam manajemen pemasaran pada perusahaan sebagai penerapan apa yang telah dipelajari peneliti selama berada di bangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan kepada perusahaan khususnya mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi minat masyarakat khususnya pengguna internet dalam menggunakan situs berita online Suara Merdeka yaitu Suaramerdeka.com.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk akademisi yang melakukan penelitian dibidang manajemen pemasaran khususnya perilaku

konsumen pada situs berita online dan mengenai model TAM yang diterapkan pada penerimaan situs berita online.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Supaya mempermudah pemahaman mengenai penelitian, penulis memberi gambaran garis besar setiap bab. Secara keseluruhan akan terbagi dalam lima bab yaitu :

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pertama berisi latar belakang masalah dimana mengemukakan landasan pemikiran yang menunjukkan bahwa penelitian ini layak diteliti. Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab kedua berisi landasan teori dimana berisi teori – teori yang berkaitan dengan model penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ketiga menguraikan tentang variabel yang digunakan peneliti serta definisi operasional, metode yang akan digunakan, metode pengumpulan data, metode analisis data dan jenis serta sumber data.

##### **BAB IV : HASIL DAN ANALISIS**

Bab keempat berisi tentang deskripsi objek penelitian, pengujian dan hasil analisis serta hasil observasi.

## BAB V : PENUTUP

Bab kelima merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran dari pembahasan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang memiliki kepentingan dalam penelitian dan berguna untuk penelitian selanjutnya.