



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

ANALISIS PENGARUH *COMPATIBILITY*, *PERCEIVED EASE OF USE*, *CONVENIENCE*, DAN *CONTENT RICHNESS* TERHADAP *PERCEIVED USEFULNESS* SERTA IMPLIKASINYA KEPADA *INTENTION TO SUBSCRIBE E-BOOK READER*: TELAAH PADA CALON PELANGGAN SCOOP PREMIUM



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E.)

Hendra Kusumawijaya

13130110112

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2017**

PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *COMPATIBILITY*, *PERCEIVED EASE OF USE*,
CONVENIENCE, DAN *CONTENT RICHNESS* TERHADAP *PERCEIVED
USEFULNESS* SERTA IMPLIKASINYA KEPADA *INTENTION TO
SUBSCRIBE E-BOOK READER*: TELAAH PADA CALON PELANGGAN
SCOOP PREMIUM**

Oleh:

Nama : Hendra Kusumawijaya
NIM : 13130110112
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

Tangerang, 7 Juli 2017

Ketua Sidang



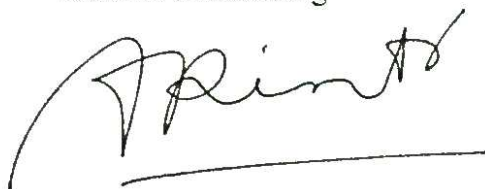
Purnamaningsih, S.E., M.S.M.

Penguji



Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.

Dosen Pembimbing



Boby Arinto, S.E., M.M.

Ketua Program Studi Manajemen



Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini, saya Hendra Kusumawijaya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH *COMPATIBILITY*, *PERCEIVED EASE OF USE*,
CONVENIENCE, DAN *CONTENT RICHNESS* TERHADAP *PERCEIVED
USEFULNESS* SERTA IMPLIKASINYA KEPADA *INTENTION TO
SUBSCRIBE E-BOOK READER*: TELAAH PADA CALON PELANGGAN
SCOOP PREMIUM**

Adalah hasil karya saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiat. Segala karya atau pendapat orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah saya sebutkan sumber kutipannya dan telah dicantumkan pada daftar pustaka. Maka, saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini adalah karya saya sendiri, bukan merupakan plagiat dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari terbukti adanya kecurangan / penyimpangan dalam skripsi yang saya ajukan ini, saya siap menerima konsekuensi dan resiko atas tindakan saya. Saya siap menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Tangerang, 7 Juli 2017



Hendra Kusumawijaya

NIM: 13130110112

INSPIRING QUOTES

**“INI PUN
AKAN
BERLALU”**

AJAHN BRAHM

ABSTRAK

Evolusi perkembangan teknologi *mobile* dan internet membuka kesempatan bagi para pelaku usaha secara kreatif menciptakan sebuah perusahaan *startup*. SCOOP merupakan *startup e-book* lokal yang menciptakan aplikasi *e-book reader* sekaligus toko buku *online* yang memungkinkan pengguna mengunduh berbagai konten digital mulai dari majalah, surat kabar hingga buku. Selain menjual majalah, buku atau koran digital secara satuan, SCOOP juga memiliki layanan premium yang memberikan akses kepada pengguna untuk berlangganan ribuan buku atau majalah terbaik selama 30 hari. Jika masa aktif SCOOP Premium tersebut habis, maka pengguna tidak dapat mengakses majalah atau buku yang telah diunduh hasil berlangganan tersebut. Pengguna diwajibkan untuk memperpanjang layanan premium tersebut untuk dapat berlangganan majalah atau buku itu kembali. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *intention to subscribe e-book reader* yang mencakup *compatibility*, *perceived ease of use*, *convenience*, *content richness*, dan *perceived usefulness* pada SCOOP Premium.

Penelitian ini menggunakan desain riset deskriptif dengan metode *non-probability sampling* dengan teknik *judgemental sampling*. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner online pada responden sebanyak 120 responden yang berumur lebih dari 17 tahun, paham mengenai cara kerja SCOOP, pernah membaca bahan bacaan yang ditawarkan oleh SCOOP, belum pernah berlangganan SCOOP Premium dan menghabiskan waktu minimal satu jam untuk membaca buku dalam satu minggu terakhir. Data kemudian diolah menggunakan *structural equation modelling*.

Penelitian ini mendapatkan temuan bahwa terdapat hubungan positif antara *compatibility*, *perceived ease of use*, *convenience*, *content richness* terhadap *intention to subscribe e-book reader* melalui *perceived usefulness*. Namun, tidak ditemukan adanya hubungan langsung yang signifikan antara *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness*, *compatibility* terhadap *perceived usefulness*, *compatibility* terhadap *intention to subscribe e-book reader*, *convenience* terhadap *intention to subscribe e-book reader*.

Kata kunci: *e-book reader*, *intention to subscribe*, *compatibility*, *convenience*, *content richness*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, SCOOP Premium

ABSTRACT

The evolution of mobile technology and internet has opened a great opportunity for innovative entrepreneurs to create a new startup company. SCOOP is a local e-book startup which creates an e-book reader application and an online bookstore at once which provides users to download many digital contents such as magazine, newspaper and books. Besides that, SCOOP also provides a service that enables users to access and download thousands of books and magazines through SCOOP Premium with a month subscription. If the subscription has expired, the users can't access it anymore. The users must resubscribe the service to access it again. Therefore, this study will explore the factors that influence intention to subscribe e-book reader, which includes compatibility, perceived ease of use, convenience, content richness, and perceived usefulness in the e-book reader product, SCOOP Premium.

The study uses descriptive research design, which uses non-probability sampling applying judgemental sampling techniques. The data collected by spreading the questionnaire with a total sample of 120 respondents who are above 17 years old, understand about SCOOP, never subscribe SCOOP Premium and spent time at least 1 hour of the past week for reading books. The hypotheses are tested with structural equation modelling.

The study showed that intention to subscribe e-book reader is positively affected by compatibility, perceived ease of use, convenience, content richness through perceived usefulness. However, there is no direct influence between perceived ease of use and perceived usefulness, compatibility and perceived usefulness, compatibility and intention to subscribe e-book reader, convenience and intention to subscribe e-book reader.

Keywords: e-book reader, intention to subscribe, compatibility, convenience, content richness, perceived ease of use, perceived usefulness, SCOOP Premium

KATA PENGANTAR

Tidak ada hasil yang mengkhianati kerja keras, begitu juga dalam proses penyusunan penelitian ini yang berjudul “Analisis Pengaruh *Compatibility*, *Perceived Ease of Use*, *Convenience*, dan *Content Richness* terhadap *Perceived Usefulness* serta Implikasinya kepada *Intention to Subscribe E-book Reader: Telaah pada Calon Pelanggan SCOOP Premium*” dan merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 program studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

Penelitian yang telah disusun oleh penulis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi dunia praktis, akademis dan masyarakat umum. Penulis juga menyadari bahwa penelitian ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak atas bantuannya dalam menghadapi kesulitan dan tantangan selama menyelesaikan penelitian ini. Dalam kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Bapak Ardi Arifin dan Ibu Julia Delvina, selaku orang tua di kehidupan kali ini yang selalu mengharapakan anak-anaknya menjadi seorang yang berbeda, hebat dan berguna bagi masyarakat.
2. Bapak Bobby Arinto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membina dan memberikan mindset *simplicity* dengan menggunakan teknik *mindmapping*. Teknik tersebut sangat berguna dalam pembuatan penelitian ini.
3. Bapak Marco Hudaya, selaku Software Engineer SCOOP yang telah bersedia memberikan sesi diskusi untuk mendukung kelengkapan data dan informasi yang dibutuhkan atas penelitian ini.

4. Ibu Purnamaningsih, S.E. M.S.M. selaku ketua sidang dan Ibu Anna Riana Putriya, S.E., M.Si. selaku dosen penguji atas saran dan masukannya untuk penyempurnaan agar skripsi ini bisa menjadi lebih baik.
5. Ibu Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah bersedia memberikan persetujuan atas penelitian yang telah penulis susun bersama dosen pembimbing.
6. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk mengisi kuesioner penelitian ini sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Segenap keluarga, saudara-saudari dan teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dan memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima masukan maupun saran untuk pengembangan demi hasil yang lebih baik. Penulis juga berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat dan pembelajaran bagi para pembaca. Semoga semua makhluk hidup berbahagia.

Tangerang, 7 Juli 2017

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Hendra Kusumawijaya'. The signature is stylized with large, bold letters and some flourishes.

Hendra Kusumawijaya

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
INSPIRING QUOTES	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Batasan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan	25

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	17
2.2 <i>Diffusion of Innovations</i>	17
2.3 <i>E-book Reader</i>	19
2.4 <i>Perceived Ease of Use</i>	20
2.5 <i>Perceived Usefulness</i>	20
2.6 <i>Intention to Subscribe</i>	21
2.7 <i>Convenience</i>	22
2.8 <i>Compatibility</i>	24

2.9	<i>Content Richness</i>	26
2.10	Pengembangan Hipotesis Penelitian	
2.10.1	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	27
2.10.2	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Subscribe</i>	28
2.10.3	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Convenience</i>	28
2.10.4	Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	29
2.10.5	Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Intention to Subscribe</i>	30
2.10.6	Pengaruh <i>Compatibility</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	30
2.10.7	Pengaruh <i>Compatibility</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	31
2.10.8	Pengaruh <i>Compatibility</i> terhadap <i>Intention to Subscribe</i>	31
2.10.9	Pengaruh <i>Content Richness</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	32
2.11	Model Penelitian	33
2.12	Penelitian Terdahulu	34

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
3.2	Desain Penelitian	42
3.2.1	Jenis Penelitian	43
3.3	Ruang Lingkup Penelitian	46
3.3.1	Target Populasi	46
3.3.2	<i>Sampling Techniques</i>	48
3.3.3	<i>Sampling Size</i>	50

3.3.4 <i>Sampling Process</i>	50
3.3.4.1 Data Riset	50
3.3.4.2 Cara Pengumpulan Data	51
3.3.4.3 Prosedur Pengumpulan Data	51
3.4 Identifikasi Variabel Penelitian	52
3.4.1 Variabel Eksogen	52
3.4.2 Variabel Endogen	53
3.4.3 Variabel Teramati	54
3.5 Definisi Operasional	55
3.6 Teknik Analisis	58
3.6.1 Uji Instrumen	58
3.6.1.1 Uji Validitas	58
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	59
3.6.2 <i>Structural Equation Modeling</i>	59
3.6.2.1 Variabel - Variabel dalam SEM	59
3.6.2.2 Tahapan Prosedur SEM	60
3.6.2.3 Kecocokan Model Pengukuran	64
3.6.2.4 <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	65
3.6.2.5 Kecocokan Model Struktural	68

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	69
4.1.1 Deskripsi Profil Responden	69
4.1.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.1.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	70
4.1.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	71
4.1.1.4 Profil Responden Berdasarkan Profesi	72

4.1.1.5 Profil Responden Berdasarkan Waktu Membaca Buku	73
4.1.1.6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Buku yang Digemari	74
4.1.1.7 Profil Responden Berdasarkan Gadget yang Digunakan untuk Mengakses SCOOP	75
4.1.2 Analisis Deskriptif	76
4.1.2.1 <i>Perceived Ease of use</i>	77
4.1.2.2 <i>Perceived Usefulness</i>	78
4.1.2.3 <i>Convenience</i>	79
4.1.2.4 <i>Compatibility</i>	81
4.1.2.5 <i>Content Richness</i>	82
4.1.2.6 <i>Intention to Subscribe</i>	83
4.2 Uji Instrumen	84
4.2.1 Uji Validitas <i>Pre-test</i>	84
4.2.2 Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	86
4.2.3 Model Pengukuran	88
4.2.4 Uji Validitas	89
4.2.5 Uji Reliabilitas	90
4.3 Uji Kecocokan Model Struktural	92
4.4 Uji Hipotesis	94
4.5 Interpretasi Hasil	95
4.5.1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	96
4.5.2 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Subscribe</i>	96
4.5.3 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Convenience</i>	97
4.5.4 Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Perceived</i>	

	<i>Usefulness</i>97
4.5.5	Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Intention to Subscribe</i>98
4.5.6	Pengaruh <i>Compatibility</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>99
4.5.7	Pengaruh <i>Compatibility</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>99
4.5.8	Pengaruh <i>Compatibility</i> terhadap <i>Intention to Subscribe</i>100
4.5.9	Pengaruh <i>Content Richness</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>101
4.6	Implikasi Manajerial101
4.6.1	Upaya Meningkatkan <i>Intention to Subscribe E-book Reader</i> dengan Meningkatkan <i>Compatibility</i>102
4.6.2	Upaya Meningkatkan <i>Intention to Subscribe E-book Reader</i> dengan Meningkatkan <i>Perceived Ease of Use</i>105
4.6.3	Upaya Meningkatkan <i>Intention to Subscribe E-book Reader</i> dengan Meningkatkan <i>Convenience</i>107
4.6.4	Upaya Meningkatkan <i>Intention to Subscribe E-book Reader</i> dengan Meningkatkan <i>Perceived Usefulness</i>109
4.6.5	Upaya Meningkatkan <i>Intention to Subscribe E-book Reader</i> dengan Meningkatkan <i>Content Richness</i>111

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan114
5.2	Saran116
5.2.1	Saran untuk Perusahaan116
5.2.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya119

DAFTAR PUSTAKAxvi
-----------------------	----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia	1
Gambar 1.2 Alasan Utama Mengakses Internet	2
Gambar 1.3 Pendanaan <i>Startup</i> di Indonesia Kuartal Kedua Tahun 2016	3
Gambar 1.4 Pertumbuhan Keinginan Konsumen dalam Berbelanja <i>Online</i>	6
Gambar 1.5 Hal yang Paling Banyak Direncanakan Konsumen Indonesia untuk Dibeli secara <i>Online</i> dalam Enam Bulan ke Depan	7
Gambar 1.6 Peringkat Minat Baca Indonesia di Dunia	9
Gambar 1.7 Statistik Sosial Budaya Indonesia 2015	10
Gambar 2.1 Model Penelitian	33
Gambar 3.1 Logo SCOOP	38
Gambar 3.2 Banner SCOOP	38
Gambar 3.3 Tampilan Katalog SCOOP	39
Gambar 3.4 SCOOP Premium	40
Gambar 3.5 Parental Control SCOOP	41
Gambar 3.6 Tampilan Aplikasi SCOOP	42
Gambar 3.7 Klasifikasi <i>Research Design</i> (Jenis Penelitian)	44
Gambar 3.8 Lingkup Target Populasi	46
Gambar 3.9 Teknik-teknik <i>Nonprobability Sampling</i>	49
Gambar 3.10 Variabel Eksogen	53
Gambar 3.11 Variabel Endogen	53
Gambar 3.12 Tahapan - Tahapan Melakukan SEM	61
Gambar 3.13 Model Pengukuran SEM	63
Gambar 3.14 Model Struktural SEM	64
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Perbandingan <i>Exploartory Research</i> dan <i>Conclusive Research</i>	44
Tabel 3.2 Perbandingan <i>Qualitative Research</i> dan <i>Quantitative Research</i>	45
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian	55
Tabel 3.4 Kecocokan Uji Model Struktural Berdasarkan Berbagai Kondisi <i>Goodness-of-fit</i>	67
Tabel 4.1 Kategori <i>Mean</i> dari <i>Skor Interval</i>	77
Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	77
Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	78
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Convenience</i>	80
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Compatibility</i>	81
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Content Richness</i>	82
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Intention to Subscribe</i> <i>E-book Reader</i>	83
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Pre-test</i>	84
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	86
Tabel 4.10 Uji Validitas	89
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	91
Tabel 4.12 Hasil Uji Kecocokan <i>Goodness of Fit Test</i>	92
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis	94