

**PENGARUH SOURCE CREDIBILITY TERHADAP
INFORMATION USEFULNESS DAN INFORMATION
SATISFACTION PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE
DEN DIMAS (STUDI PADA KALANGAN
PENGGEAR OTOMOTIF DI TANGERANG
SELATAN)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Kevin Daniswara

0000031798

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGARUH SOURCE CREDIBILITY TERHADAP
INFORMATION USEFULNESS DAN INFORMATION
SATISFACTION PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE
DEN DIMAS (STUDI PADA KALANGAN
PENGGEAR OTOMOTIF DI TANGERANG
SELATAN)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Kevin Daniswara

0000031798

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Kevin Daniswara

NIM : 00000031798

Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

“PENGARUH *SOURCE CREDIBILITY* TERHADAP *INFORMATION USEFULNESS* DAN *INFORMATION SATISFACTION* PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE DEN DIMAS (STUDI PADA KALANGAN PENGGEMAR OTOMOTIF DI TANGERANG SELATAN)”

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 30 Januari 2025



Kevin Daniswara

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH SOURCE CREDIBILITY TERHADAP INFORMATION USEFULNESS DAN INFORMATION SATISFACTION PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE DEN DIMAS (STUDI PADA KALANGAN PENGGEMAR OTOMOTIF DI TANGERANG SELATAN)

Oleh

Nama : Kevin Daniswara
NIM : 00000031798
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 7 Januari 2025

Pukul 13.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Angga Ariestya, S.Sos., M.Si.

NIDN: 311048505

Penguji



Anton Binsar, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0309027705

Pembimbing



Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si.

NIDN: 0309129202

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by

Cendera Rizky

Anugrah Bangun

Date: 2025.01.31

17:04:42 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kevin Daniswara
NIM : 00000031798
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Source Credibility terhadap Information Usefulness dan Information Satisfaction pada Media Sosial Den Dimas (Studi pada Kalangan Penggemar Otomotif di Tangerang Selatan)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 30 Januari 2025


(Kevin Daniswara)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Source Credibility* Terhadap *Information Usefulness* dan *Information Satisfaction* Pada Media Sosial Youtube Dan Dimas (Studi Pada Kalangan Penggemar Otomotif di Tangerang Selatan)"** ini dengan baik dan tepat waktu.

Tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah untuk menganalisis dan memahami pengaruh *source credibility* dengan kegunaan dan kepuasan terhadap sebuah informasi pada media sosial Youtube. Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan ilmu komunikasi..

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, tidak mungkin skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan sangat memotivasi saya atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah mendukung saya sepanjang pengerjaan tugas akhir ini. Ayah, Bunda, dan Kenny.
6. Teman – teman saya yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan untuk penulis sepanjang pengerjaan tugas akhir ini.

7. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan jawaban, dukungan, dan semangat untuk penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan di dalamnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan karya ini di masa mendatang.

Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi referensi yang berguna bagi pengembangan studi mengenai kepuasan informasi dan kegunaan informasi. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat.

Tangerang, 30 Januari 2025



Kevin Daniswara

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH *SOURCE CREDIBILITY* TERHADAP *INFORMATION USEFULNESS* DAN *INFORMATION SATISFACTION* PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE DEN DIMAS (STUDI PADA KALANGAN PENGGEMAR OTOMOTIF DI TANGERANG SELATAN)

Kevin Daniswara

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen dalam mencari informasi. Media sosial, khususnya YouTube, menjadi salah satu platform yang paling populer untuk mencari informasi dan hiburan. *Channel-channel* YouTube seperti Den Dimas telah menjadi sumber informasi otomotif yang populer di kalangan penggemar otomotif di Indonesia. Dengan meningkatnya jumlah konten kreator otomotif di YouTube, kepercayaan pengguna terhadap informasi yang disajikan menjadi sangat penting. Kredibilitas sumber informasi (*source credibility*) memainkan peran kunci dalam menentukan kegunaan dan kepuasan informasi bagi pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *source credibility* terhadap *information usefulness* dan *information satisfaction* pada media sosial YouTube, khususnya *channel* Youtube Den Dimas, pada kalangan penggemar otomotif di Tangerang Selatan. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan menyebar survei secara online dengan sampel 325 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh *source credibility* terhadap *information usefulness* dalam *channel* Youtube Den Dimas. Artinya semakin tinggi *source credibility*, maka akan semakin meningkatkan *information usefulness*. Terdapat pengaruh *source credibility* terhadap *information satisfaction* dalam *channel* youtube Den Dimas. Artinya semakin tinggi *source credibility*, maka akan semakin meningkatkan *information satisfaction*.

Kata Kunci: *Source Credibility, Information Usefulness, Information Satisfaction*, Media Sosial YouTube, Penggemar Otomotif.

THE INFLUENCE OF SOURCE CREDIBILITY ON INFORMATION USEFULNESS AND INFORMATION SATISFACTION ON YOUTUBE SOCIAL MEDIA DEN DIMAS (STUDY AMONG AUTOMOTIVE ENTHUSIASTS IN SOUTH TANGERANG)

Kevin Daniswara

ABSTRACT

The development of digital technology has changed consumer behavior in seeking information. Social media, especially YouTube, has become one of the most popular platforms for seeking information and entertainment. YouTube channels such as Den Dimas have become a popular source of automotive information among automotive fans in Indonesia. With the increasing number of automotive content creators on YouTube, users' trust in the information presented becomes very important. The credibility of the information source (source credibility) plays a key role in determining the usefulness and satisfaction of information for users. This research aims to analyze the influence of source credibility on information usefulness and information satisfaction on YouTube social media, especially the Den Dimas YouTube channel, among automotive fans in South Tangerang. The research method uses quantitative methods by distributing surveys online with a sample of 325 respondents. The results of this research show that there is an influence of source credibility on information usefulness on the Den Dimas YouTube channel. This means that the higher the source credibility, the more information usefulness will increase. There is an influence of source credibility on information satisfaction on the Den Dimas YouTube channel. This means that the higher the source credibility, the more information satisfaction will increase.

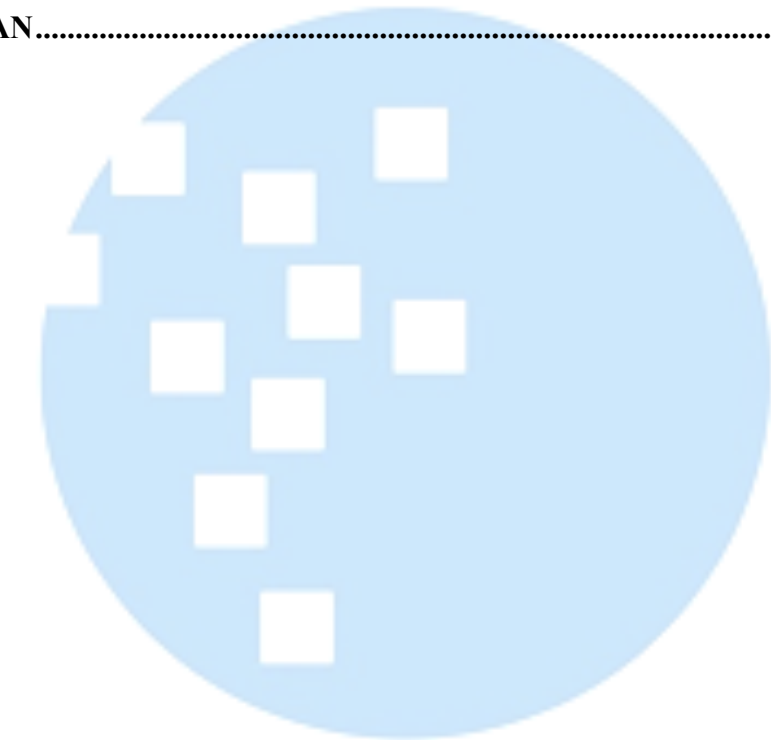
Keywords: *Source Credibility, Information Usefulness, Information Satisfaction, YouTube Social Media, Automotive Enthusiasts.*

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Komunikasi.....	15
2.2.2 <i>Theory of Reasoned Action</i>	16
2.2.3 <i>Source Credibility</i>	17
2.2.4 <i>Information Usefulness</i>	18
2.2.5 <i>Information Satisfaction</i>	19
2.2.6 Media Sosial	21
2.2.7 YouTube.....	22
2.3 Model Penelitian	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel	24

3.2.1	Populasi Penelitian	24
3.2.2	Sampel Penelitian	25
3.3	Definisi Operasional Variabel	26
3.4	Data dan Metode Pengumpulan Data	27
3.5	Objek Penelitian	28
3.6	Teknik Analisis Data	28
3.6.1	Uji Kualitas Data	28
3.6.2	Statistik Deskriptif	29
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	29
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.6.5	Uji Hipotesis	31
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	33
4.2	Profil Responden	33
4.3	Statistik Deskriptif	35
4.4	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	35
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	37
4.5.1	Hasil Uji Normalitas	37
4.5.2	Uji Multikolinearitas	38
4.5.3	Uji Autokorelasi	39
4.5.4	Uji Heteroskedastisitas	40
4.6	Hasil Pengujian Model Fit	41
4.7	Pengujian Koefisien Determinasi	43
4.8	Pengujian Hipotesis	43
4.9	Pembahasan	44
4.9.1	Pengaruh <i>Source Credibility</i> terhadap <i>Information Usefulness</i>	44
4.9.2	Pengaruh <i>Source Credibility</i> terhadap <i>Information Satisfaction</i> ...	46
BAB V	PENUTUP.....	49
5.1	Kesimpulan	49
5.2	Saran	50
5.2.1	Bagi Objek Penelitian	50
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya	50

DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	55



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	26
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
Tabel 4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	35
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel <i>Source Credibility</i>	36
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel <i>Information Usefulness</i>	36
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel <i>Information Satisfaction</i>	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Model 1	37
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Model 2.....	38
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Multikolinearitas Model 1	38
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Multikolinearitas Model 2	39
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Autokorelasi Model 1	39
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Autokorelasi Model 2	40
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Model 1	40
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Model 2.....	41
Tabel 4.17 Hasil Uji Model Fit Model 1.....	41
Tabel 4.18 Hasil Uji Model Fit Model 2.....	42
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 1.....	43
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 2.....	43
Tabel 4.21 Hasil Uji t Hipotesis 1	44
Tabel 4.22 Hasil Uji t Hipotesis 2	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Channel Youtube Den Dimas</i>	2
Gambar 1.2 <i>Channel Youtube Madfreaks ID</i>	3
Gambar 1.3 <i>Channel Youtube Otodriver</i>	4
Gambar 1.4 <i>Channel Youtube Rifato</i>	5
Gambar 1.5 <i>Global Digital Report 2023</i>	6
Gambar 1.6 <i>Main Reasons for Using The Internet 2023</i>	7
Gambar 2.1 <i>Kerangka Pikir Penelitian</i>	23
Gambar 3.1 <i>Sample Sizes Used in Marketing Research Studies 2020</i>	25

