

Kepuasan pengguna mengakses konten dalam bentuk kemas ulang informasi pada website <http://www.jkt48.com> sebagai sistem informasi pemasaran berbasis website = User satisfaction accessing content as information repackaging in <http://www.jkt48.com> as a web based marketing information system

Adji Shandy Maximilian, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20444096&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK
Website JKT48 merupakan sebuah MKIs Marketing Information System berbasis web yang dibuat untuk melakukan penyebaran informasi dan pemasaran terhadap produk mereka: idol group bernama JKT48. Website ini merupakan situs yang cukup banyak diakses menurut web traffic-count engine <http://www.alex.com> dan seiring dengan berkembangnya fenomena idol group di Indonesia saat ini, penulis bermaksud meneliti tentang kepuasan pengguna mengakses konten dalam bentuk kemas ulang informasi pada website tersebut sebagai sebuah sistem informasi pemasaran. Tulisan ini menjelaskan hasil penelitian tentang hubungan faktor yang memengaruhi kepuasan dan penggunaan website dengan mengadaptasi Unified Theory of Acceptance and Use of Technology UTAUT . Hasil pengujian dengan korelasi Spearman menunjukkan bahwa keempat variabel yang diujikan performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan behavioral intention saling memiliki korelasi positif dan signifikan p value

ABSTRACT
JKT48 Website is a web based MKIs marketing information system developed to disseminate the information and market their product an idol group named JKT48. The website has pretty high accessed according to web traffic count engine <http://www.alex.com> and as the developed idol group become phenomenon in Indonesia, writer has intention to do research about user satisfaction accessing content as information repackaging in the website as a marketing information system. This writing describe the research about factors correlation that affecting user satisfaction and the usage of website, adapting Unified Theory of Acceptance and Use of Technology UTAUT . The result with Spearman correlation shows that the four factors tested performance expectancy, effort expectancy, social influence, and behavioral intention has positive and significant correlation p value