

## BAB 5 ANALISIS DATA

### 5. 1. Analisis Univariat

#### 5.1.1 Karakteristik Responden

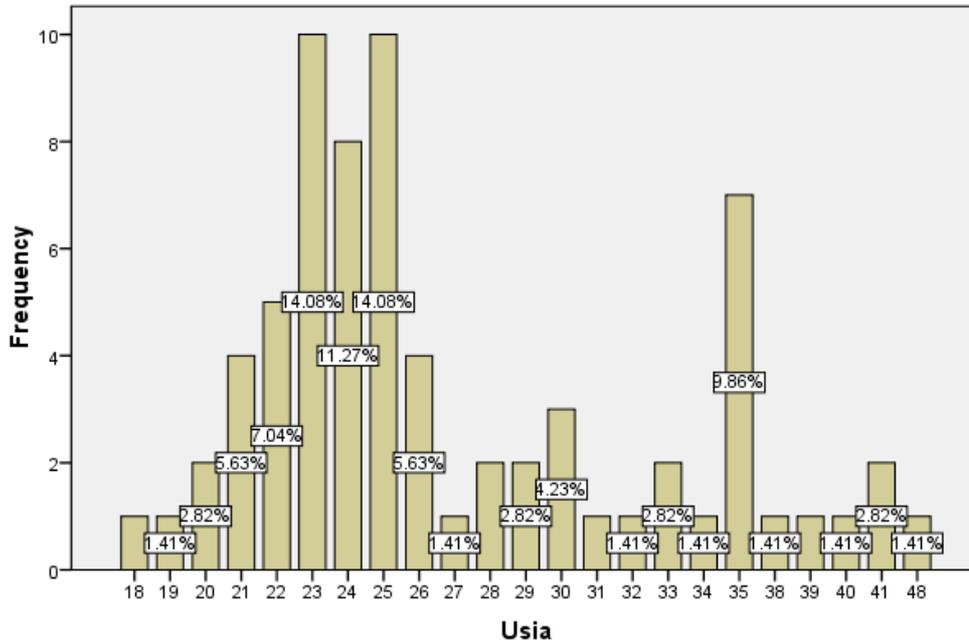
Pertanyaan yang tercakup dalam karakteristik responden adalah jenis kelamin, usia, domisili, pekerjaan, pendidikan, pengeluaran per bulan, dan latarbelakang keanggotaan reponden, serta keaktifan responden dalam mengakses forum *online* TPI. Didapatkan hasil bahwa terdapat 36 orang responden (50,7%) berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan responden perempuan berjumlah 35 orang aatau 49,3% dari total 71 responden .

**Tabel 5.1**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**  
**Anggota Forum *Online* TPI**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
laki-laki	36	50.7
Perempuan	35	49.3
Total	71	100.0

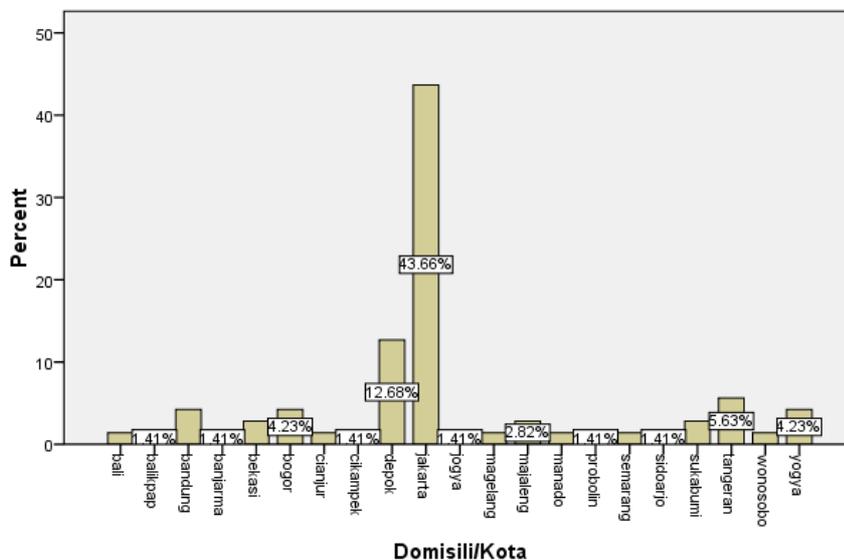
Sedangkan untuk karakteristik responden berdasarkan usia, diperoleh hasil bahwa mayoritas responden berusia 23 dan 25 tahun yaitu masing-masing memiliki presentase 14,08%, sedangkan untuk responden lain, usia tersebar hampir merata pada usia 14-48 tahun.

**Gambar 5.1**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**  
**Anggota Forum Online TPI**



Karakteristik berikutnya berkaitan dengan kota asal (domisili) responden, diperoleh hasil bahwa terdapat 43,66% responden berasal dari Jakarta dan sisinya tersebar berasal dari seluruh Indonesia.

**Gambar 5.2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Kota/ Domisili**  
**Anggota Forum Online TPI**



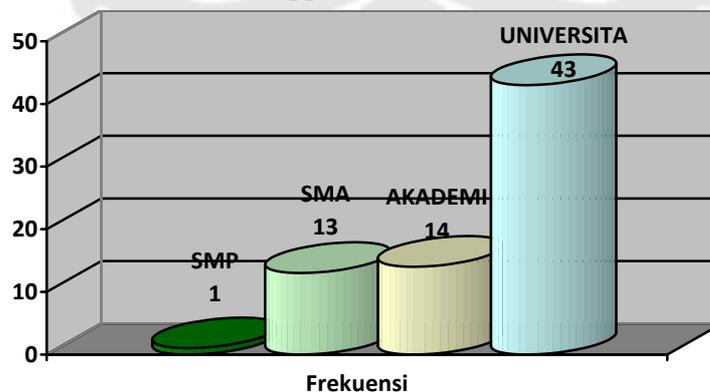
Selain dibedakan berdasarkan usia, responden pada penelitian ini dibedakan berdasarkan pekerjaannya. Diperoleh hasil, penelitian bahwa terdapat mayoritas responden sejumlah 43 orang (60,6%) merupakan karyawan swasta, dan hanya terdapat 1 orang responden (1,4%) yang pengangguran (tidak bekerja)

**Tabel 5.2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan**  
**Anggota Forum *Online* TPI**

Pekerjaan	Frekuensi	Persen
pelajar/mahasiswa	14	19.7
PNS	8	11.3
Karyawan Swasta	43	60.6
Wiraswasta	2	2.8
tidak bekerja	1	1.4
Lainnya	3	4.2
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>

Responden penelitian ini juga dibedakan berdasarkan pendidikannya, diperoleh hasil bahwa mayoritas member forum *online* TPI memiliki latar belakang pendidikan lulusan universitas dengan jumlah responden sebanyak 43 orang atau 60,6% dari 71 responden. Sedangkan responden yang memiliki latar belakang pendidikan SMP menjadi responden dengan jumlah terkecil, hanya ada 1 responden atau sebesar 1,4% dari 71 responden.

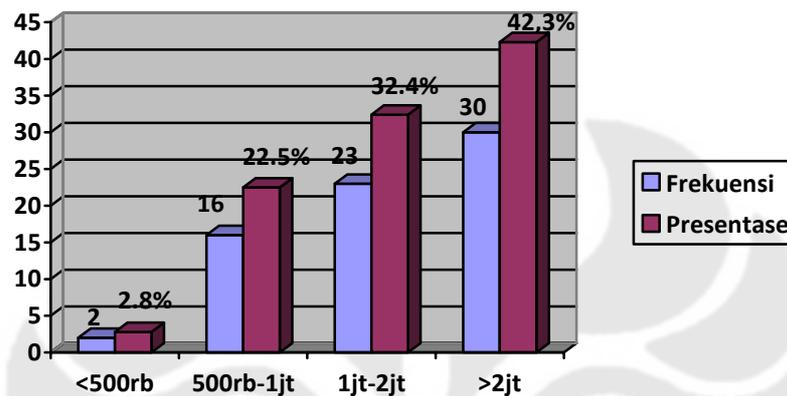
**Gambar 5.3**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**  
**Anggota Forum *Online* TPI**



Pada anggota forum *online* TPI, terdapat hasil penelitian bahwa mayoritas responden melakukan pembelanjaan (pengeluaran) per bulan dengan nominal di

atas Rp.2.000.000,- yaitu sebanyak 30 responden atau sebesar 42,3% dari 71 responden. Sedangkan responden dengan pengeluaran per bulan kurang dari Rp.500.000,- per bulan hanya terdapat 2 responden (2.8%) yang menjawab pengeluaran per bulan di bawah Rp.500.000,-

**Gambar 5.4**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan**  
**Anggota Forum *Online* TPI**



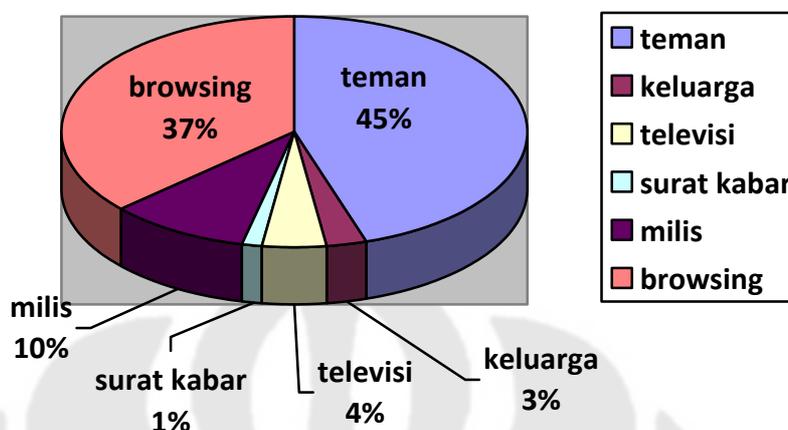
Selain dibedakan berdasarkan pengeluaran per bulan, responden pada penelitian ini juga dibedakan berdasarkan durasi lama bergabung dengan forum *online* TPI. Diperoleh hasil bahwa terdapat hasil penelitian bahwa mayoritas responden (38%) menjawab bergabung dengan forum *online* TPI masih di bawah 1 bulan.

**Tabel 5.3**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Lama Bergabung**  
**Anggota Forum *Online* TPI**

Lama bergabung	Frekuensi	Persen
<1 bulan	27	38.0
1-6 bulan	18	25.4
6-12 bulan	12	16.9
>12 bulan	14	19.7
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>

Dari total 71 responden, sebanyak 32 responden atau sebesar 45,1% menyatakan bahwa mereka mengetahui keberadaan forum *online* TPI dari teman dan hanya terdapat 1 orang responden atau sebesar 1,4% menyatakan mengetahui tentang forum *online* TPI melalui surat kabar.

**Gambar 5.5**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Asal Mengetahui Forum *Online***  
**Anggota Forum *Online* TPI**



Hasil penelitian juga menemukan bahwa terdapat jawaban mayoritas sebanyak 27 responden (38%) menyatakan bahwa mereka mengakses forum *online* TPI dengan tujuan untuk mengupdate informasi. Sisanya sebanyak 19 responden (26,8%) menyatakan dengan alasan iseng, 12 responden (16,9%) dengan alasan untuk sosialisasi dan sisanya sebanyak 13 responden (18,3%) untuk jawaban lainnya.

**Tabel 5.4**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Alasan Bergabung**  
**Anggota Forum *Online* TPI**

Alasan bergabung	Frekuensi	Persen
update informasi	27	38.0
Sosialisasi	12	16.9
Iseng	19	26.8
Lainnya	13	18.3
Total	71	100.0

Indikator lain berkaitan dengan informasi yang sering dicari oleh para responden. Sejumlah 34 responden (47,9%) mengakses forum *online* TPI untuk mencari informasi yang berhubungan dengan program acara. Terdapat 20 responden (28,2%) mengakses forum *online* TPI untuk mendapatkan informasi mengenai kegiatan TPI. Sisanya, terdapat 13 responden (18,3%) yang mengakses forum *online* untuk mengetahui artikel atau *posting* baru dari member yang lain.

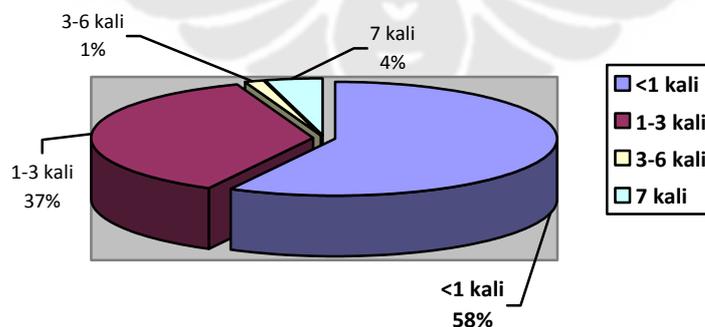
Sedangkan responden yang mengakses forum *online* untuk mengetahui gosip artis dan lainnya masing-masing hanya terdapat 2 responden dengan jumlah presentase sebesar 2,8%.

**Tabel 5.5**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Informasi Yang Sering Dicari**  
**Anggota Forum *Online* TPI**

	Frekuensi	Persen
tulisan baru	13	18.3
program acara	34	47.9
kegiatan tpi	20	28.2
gosip artis	2	2.8
Lainnya	2	2.8
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>

Perbedaan cukup mendasar terjadi pada frekuensi mengakses forum *online* tiap minggu. Mayoritas responden menjawab bahwa mereka mengakses forum *online* TPI kurang dari 1 kali per minggu dengan jumlah responden sebanyak 41 orang atau sebanyak 57,7%. Dari total 71 responden, hanya terdapat 1 orang responden (1,4%) yang mengakses forum *online* antara 3-6 kali perminggu. Dan terdapat responden yang mengakses forum *online* setiap hari (7 kali per minggu) yaitu sejumlah 3 orang responden atau sebesar 4,2%. Sisanya terdapat 26,6% responden yang mengakses forum *online* TPI 1—3 kali per minggu.

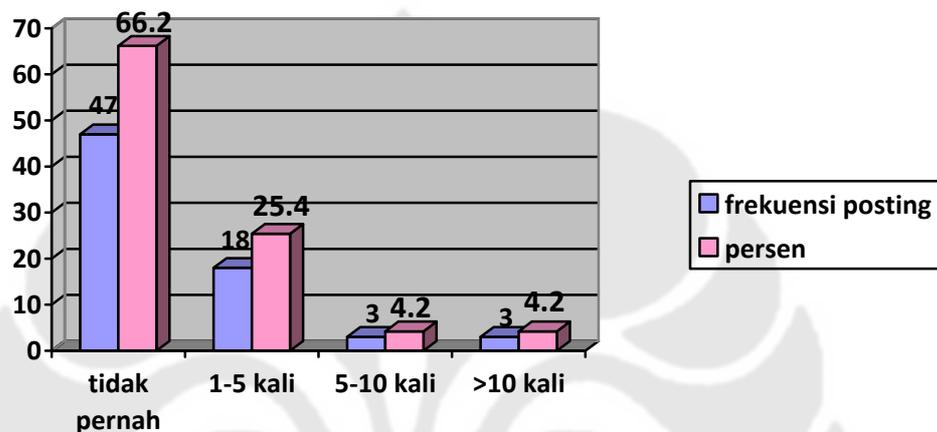
**Gambar 5.6**  
**Distribusi Responden**  
**Berdasarkan Frekuensi Mengakses Forum *Online* TPI per Minggu**



Mengetahui lebih dalam lagi mengenai aktivitas responden terkait dengan forum *online* TPI, diperoleh hasil penelitian bahwa terdapat mayoritas responden,

sebanyak 66,20% tidak pernah posting di forum *online* TPI. Terdapat 25,4% responden yang pernah posting 1—5 kali. Sedangkan responden yang melakukan aktivitas *posting* 5—10 kali dan diatas 10 kali memiliki presentase yang sama yaitu sebesar 4,2%.

**Gambar 5.7**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi *Posting* Anggota Forum *Online* TPI**



Karakteristik responden lain yang dianalisa pada penelitian ini yaitu pandangan responden mengenai topik yang paling sering dibahas. Jawaban mayoritas berasal dari 53 responden atau sebesar 74,6% menyatakan bahwa program acara televisi merupakan topik yang paling banyak dibicarakan pada forum *online* TPI. Namun, terdapat 14 responden atau sebesar 19,7% yang menyatakan bahwa kegiatan perusahaan yang menjadi topik paling sering dibahas pada forum *online*. Sedangkan sisanya, terdapat 3 orang responden atau 4,2% dari total responden yang menyatakan bahwa gosip artis yang paling sering dibahasnya di forum *online* TPI. Pada jawaban minoritas, hanya 1 % saja yang memberikan jawaban lainnya.

**Tabel 5.6**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Topik Yang Sering Dibicarakan**  
**Anggota Forum *Online* TPI**

	Frekuensi	Persen
kegiatan perusahaan	14	19.7
program acara	53	74.6
gosip artis	3	4.2
Lainnya	1	1.4
Total	71	100.0

### 5.1.2 Deskripsi Responden terhadap Kualitas Media *Online* TPI

Kualitas media *online* dalam penelitian ini memiliki 8 dimensi, yaitu dimensi *useful*, *ease of use*, *entertainment*, *compliment*, *content*, *user experience*, *feature*, dan *function*.

Untuk melihat bagaimana keseluruhan gambaran dimensi-dimensi, pada penelitian ini dilakukan proses *recording* keseluruhan skor yang diperoleh dari setiap responden anggota forum *online* TPI. Dari proses *recording*, skor-skor tersebut dikelompokkan ke dalam 5 kategori sesuai dengan jumlah kategori awal proses pengelompokkan jawaban. Pada butir pertanyaan di mana jawaban netral mendominasi jawaban, maka analisis akan dilakukan dengan menggabungkan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebagai kategori “negatif”, dan penjumlahan jawaban setuju dan sangat setuju digabungkan sebagai kategori “positif”. Analisisnya masing-masing ditampilkan dalam bahasan berikut:

#### 1. Dimensi *Useful*

Pertanyaan pertama pada dimensi *useful* menyangkut pertanyaan yang terkait pendapat responden mengenai kesesuaian antara kebutuhan responden dan informasi yang ditampilkan pada forum *online* TPI. Mayoritas responden menjawab netral yaitu sebanyak 32,4% atau 32 orang. Sedangkan yang menjawab pilihan setuju menempati urutan kedua terbanyak, terdapat 20 responden menjawab setuju bahwa mereka mengakses forum *online* TPI karena menurut mereka informasi yang ditampilkan pada forum *online* TPI sesuai dengan

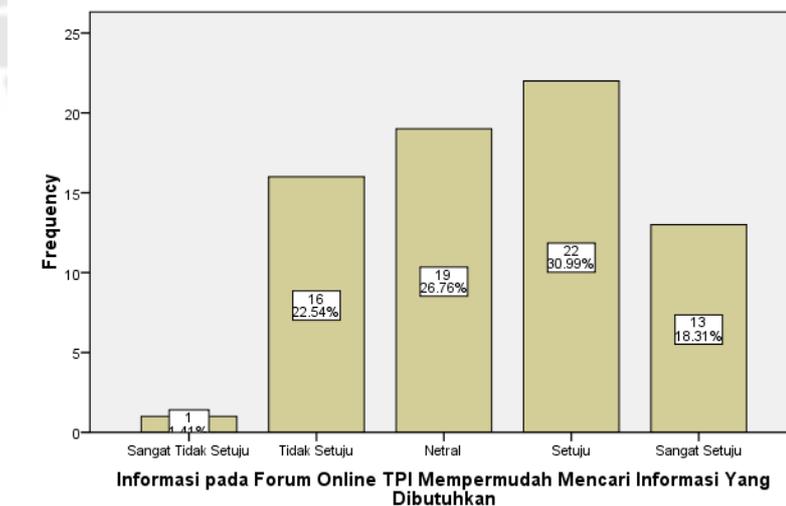
kebutuhan mereka. Frekuensi terendah ada pada pilihan jawaban sangat tidak setuju, dimana hanya 3 responden yang memilih jawaban tersebut.

**Tabel 5.7**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Informasi pada Forum *Online* TPI Sesuai dengan Kebutuhan**

	Frekuensi	Persen
Sangat Tidak Setuju	3	4.2
Tidak Setuju	11	15.5
Netral	23	32.4
Setuju	20	28.2
Sangat Setuju	14	19.7
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>

Terkait dengan pertanyaan selanjutnya, diperoleh hasil analisis bahwa terdapat 31% responden, atau 22 orang, menyatakan setuju bahwa informasi pada forum *online* TPI mempermudah mencari informasi yang dibutuhkan. Sedangkan yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 orang atau sebesar 1,4%. Berikut ini grafiknya.

**Gambar 5.8**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Informasi pada Forum *Online* TPI Mempermudah Mencari Informasi yang Dibutuhkan**

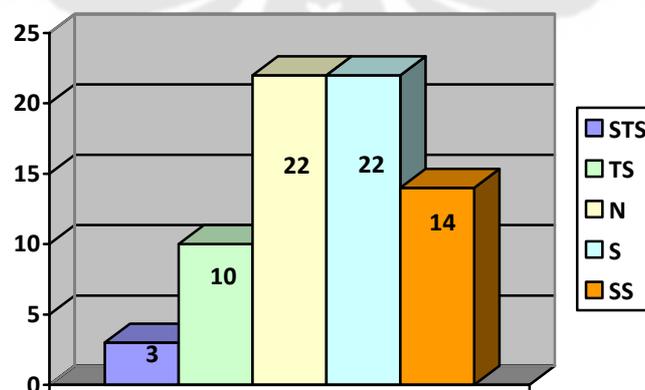


**Tabel 5.8**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Indikator**  
**Forum *Online* TPI Mempermudah Interaksi Dalam Mencari Informasi**

	Frekuensi	Persen
Sangat Tidak Setuju	7	9.9
Tidak Setuju	7	9.9
Netral	25	35.2
Setuju	21	29.6
Sangat Setuju	11	15.5
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>

Melalui tabel di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat 25% responden menyatakan netral untuk pertanyaan forum *online* TPI mempermudah interaksi dalam mencari informasi. Selain itu, berdasarkan hasil analisis data terdapat 21% responden menyatakan setuju dan terdapat 11% responden menyatakan sangat setuju. Sedangkan yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju sebesar 9,9% dan 9,9%. Apabila dijumlahkan, maka responden yang sangat tidak setuju dan tidak setuju menjadi 19,8% untuk dikelompokkan menjadi kategori “negatif”. Pada sisi yang berbeda, jawaban setuju dan sangat setuju dijumlahkan untuk dikelompokkan sebagai jawaban dengan kategori “positif”, maka diperoleh hasil bahwa terdapat 64,8% responden memberikan jawaban positif mengenai pernyataan di atas.

**Gambar 5.9**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Indikator**  
**Forum *Online* TPI Memiliki Feature yang Menarik**



Salah satu indikator dari dimensi *useful* pada kualitas media *online* adalah *feature* yang menarik. Berdasarkan hasil penelitian, penilaian responden mengenai forum *online* TPI memiliki *feature* yang menarik, terdapat 22 responden (31%) merasa netral/ ragu-ragu terhadap *feature* yang ditampilkan pada forum *online* TPI disebut menarik atau tidak. Seimbang dengan jumlah responden yang memilih netral, terdapat 22 orang responden dari 71 responden menyatakan setuju bahwa forum *online* TPI memiliki *feature* yang menarik. Sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak setuju jika forum *online* TPI memiliki *feature* yang menarik sebanyak 3 orang (4,2%).

Dari 71 responden anggota forum *online* TPI, sebanyak 29 responden (40,8%) menyatakan netral atau ragu-ragu tentang fitur forum *online* TPI yang dapat mempermudah mereka dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Untuk jawaban setuju dan sangat setuju masing-masing berjumlah 22 dan 13 responden, jadi jika dijumlahkan maka terdapat 35 responden (49,3%) dari 71 responden yang cenderung positif menilai bahwa fitur pada forum *online* TPI mempermudah mereka dalam mencari informasi yang mereka butuhkan. Tidak demikian halnya dengan 7 orang responden yang cenderung ke arah negatif menilai bahwa fitur forum *online* TPI tidak mempermudah mereka dalam mencari informasi. Berikut ini tabel distribusi frekuensi yang terkait dengan pernyataan fitur forum *online* TPI mempermudah mencari informasi.

**Tabel 5.9**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Indikator**  
**Fitur pada Forum *Online* TPI Mempermudah**  
**Mencari Informasi yang Dibutuhkan**

	Frekuensi	Persen
Sangat Tidak Setuju	1	1.4
Tidak Setuju	6	8.5
Netral	29	40.8
Setuju	22	31.0
Sangat Setuju	13	18.3
Total	<b>71</b>	<b>100.0</b>

Tersedianya interaksi pada forum *online* TPI untuk mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhan mendapatkan respon netral/ragu-ragu sebanyak 26 responden atau 36,6% dari 71 responden. Sedangkan pada posisi

terendah, sebanyak 3 responden (4,2%) menyatakan sangat tidak setuju dengan adanya interaksi bisa mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju, masing-masing berjumlah 18 dan 9 orang.

**Tabel 5.10**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Indikator**  
**Anggota Bisa Berinteraksi Melalui Forum *Online* TPI**  
**Untuk Mendapatkan Informasi Sesuai Kebutuhan**

	Frekuensi	Persen
Sangat Tidak Setuju	3	4.2
Tidak Setuju	15	21.1
Netral	26	36.6
Setuju	18	25.4
Sangat Setuju	9	12.7
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>

**Tabel 5.11**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Indikator**  
**Anggota Merasa Aman Bertukar Informasi**  
**Pada Forum *Online* TPI**

	Frekuensi	Persen
Sangat Tidak Setuju	10	14.1
Tidak Setuju	22	31.0
Netral	23	32.4
Setuju	12	16.9
Sangat Setuju	4	5.6
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>

Analisis terhadap rasa aman bertukar informasi di forum *online* TPI, dimana dari 71 responden, mayoritas responden yaitu sebanyak 23 responden (32,4%) menyatakan ragu-ragu terhadap rasa aman saat bertukar informasi pada forum *online* TPI. Sedangkan responden dengan jumlah terendah yaitu menyatakan sangat setuju dengan jumlah responden 4 orang atau sebesar 5,6%.

**Tabel 5.12**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Indikator**  
**Anggota Merasa Percaya Data Diri Tersimpan Aman Pada Forum *Online* TPI**

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>
Sangat Tidak Setuju	10	14.1
Tidak Setuju	23	32.4
Netral	17	23.9
Setuju	16	22.5
Sangat Setuju	5	7.0
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>

Dari 71 responden, 23 diantaranya menyatakan tidak percaya bahwa data diri mereka disimpan secara aman oleh pihak TPI. Sedangkan sisanya, hanya 5 orang responden saja yang menjawab sangat setuju jika data diri mereka aman.

**Tabel 5.13**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Indikator**  
**Anggota Percaya Pihak TPI Menyimpan Data Diri Secara Aman**  
**Pada Forum *Online* TPI**

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>
Sangat Tidak Setuju	9	12.7
Tidak Setuju	18	25.4
Netral	19	26.8
Setuju	18	25.4
Sangat Setuju	7	9.9
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden memilih netral. Mereka netral untuk percaya bahwa pihak pengelola forum *online* menyimpan data mereka secara aman. Terdapat 19 orang (26,8%) yang netral. Pada jawaban tidak setuju dan setuju masing-masing memiliki jumlah pemilih yang sama yaitu sebanyak 18 orang dengan presentase 25,5% dari 71 responden.

**Tabel 5.14**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Indikator**  
**Forum *Online* TPI Cepat dalam Mengolah Informasi**

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>
Sangat Tidak Setuju	6	8.5
Tidak Setuju	17	23.9
Netral	27	38.0
Setuju	11	15.5
Sangat Setuju	10	14.1
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>

Pada tabel di atas, data dituliskan bahwa terdapat 38% responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu untuk menjawab pernyataan forum *online* TPI cepat dalam mengolah informasi. Sedangkan pada urutan ke dua, terdapat 17 responden (23,9%) yang menyatakan tidak setuju bahwa forum *online* TPI cepat dalam mengolah informasi.

**Tabel 5.15**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Indikator**  
**Forum *Online* TPI Cepat dalam Memberikan Respon**

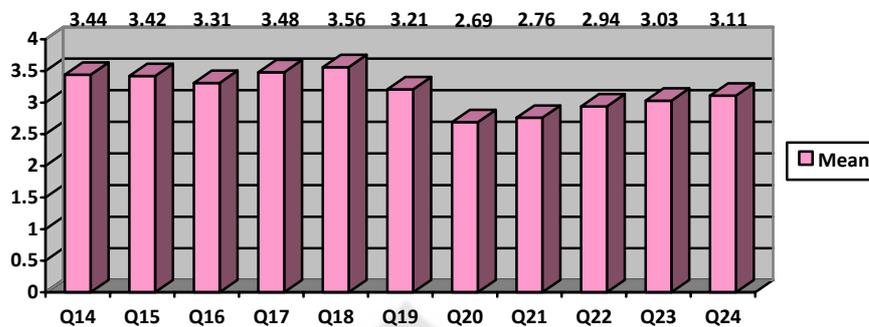
	Frekuensi	Persen
Sangat Tidak Setuju	4	5.6
Tidak Setuju	19	26.8
Netral	<b>23</b>	<b>32.4</b>
Setuju	15	21.1
Sangat Setuju	10	14.1
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>

Pada pertanyaan yang terkait dengan kecepatan respon forum *online* TPI, terdapat 4 responden (5,6%) yang menyatakan tidak setuju dan terdapat 23 responden (32,4%) dari 71 responden menyatakan netral. Mayoritas responden menjawab netral, akan tetapi, jika dilakukan penjumlahan terhadap jawaban setuju dan sangat setuju maka diperoleh hasil sebanyak 25 responden cenderung memberikan respon yang positif atas pernyataan tentang kecepatan respon forum *online* TPI. Sedangkan responden yang cenderung menjawab kearah negatif yaitu sebanyak 23 responden.

Analisis selanjutnya, dilihat berdasarkan nilai rata-rata (*mean*) tiap pertanyaan pada dimensi *useful*. Diperoleh hasil bahwa mayoritas responden menjawab dengan rata-rata 3.17 untuk 5 kategori jawaban. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa rata-rata responden menyatakan jawaban di antara netral (nilai 3) sampai dengan setuju (nilai 4) untuk 11 pertanyaan pada dimensi *useful*.

Dari dimensi *useful*, pertanyaan no.17 (forum *online* TPI memiliki fitur yang menarik) dan pertanyaan no.18 (fitur pada forum *online* TPI mempermudah mencari informasi yang dibutuhkan) merupakan pertanyaan dengan jawaban rata-rata, yaitu 3,48 dan 3,56. Jadi, pada dimensi *useful* hal yang paling diperhatikan oleh responden berkaitan dengan kegunaan dari forum *online* yaitu berkaitan dengan fitur yang menarik dan kemudahan mencari informasi yang dibutuhkan.

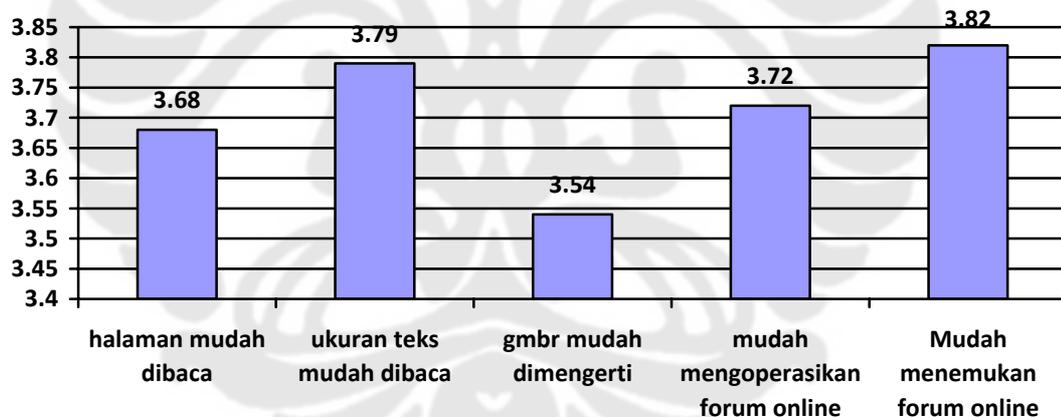
**Gambar 5.10**  
**Nilai rata-rata (*Mean*) Dimensi *Useful***



## 2. Dimensi *Ease of Use*

Pada dimensi *ease of use*, perbandingan nilai rata-rata antara indikator yang satu dengan yang lainnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Gambar 5.11**  
**Nilai rata-rata (*Mean*) Dimensi *Ease of Use***



Dari dimensi *ease of use*, nilai rata-rata tertinggi ada pada indikator kemudahan menemukan forum *online*, disusul dengan ukuran teks yang mudah dibaca, dengan nilai rata-rata 3,82 dan 3,79. Jadi, pada dimensi *ease of use* hal yang paling diperhatikan oleh responden berkaitan dengan kemudahan mereka dalam menemukan forum *online*. Pada gambar di atas, dari 5 pertanyaan yang disajikan pada dimensi *ease of use*, bisa dilihat bahwa mayoritas reponden menjawab pada kisaran nilai rata-rata di antara 3,5 - 4. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada dimensi *ease of use* dominasi jawaban dari 71 responden antara netral dan setuju.

**Tabel 5.16**  
**Distribusi Frekuensi Dimensi *Ease of Use***

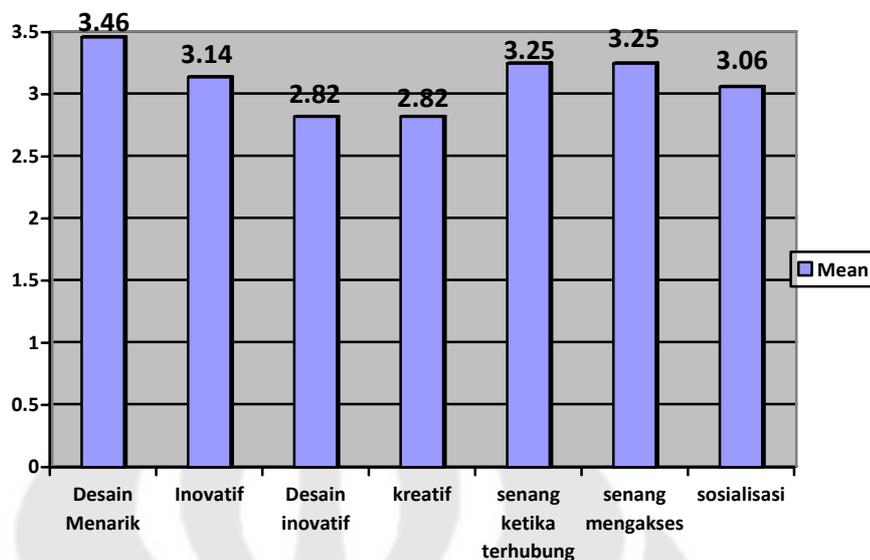
No	Pertanyaan	Frekuensi/persen				
		STS	TS	N	S	SS
1	Tampilan Halaman Forum <i>Online</i> TPI Mudah Dibaca	1	7	18	<b>33</b>	12
		1.4%	9.9%	25.4%	46.5%	16.9%
2	Ukuran Teks pada Forum <i>Online</i> TPI Mudah Dibaca	1	4	17	<b>36</b>	13
		1.4%	5.6%	23.9%	50.7%	18.3%
3	Gambar Pada Forum <i>Online</i> TPI Mudah Dimengerti	4	6	18	<b>34</b>	9
		5.6%	8.5%	25.4%	47.9%	12.7%
4	Mudah Mengoperasikan Forum <i>Online</i> TPI	1	8	18	<b>27</b>	17
		1.4%	11.3%	25.4%	38.0%	23.9%
5	Mudah Menemukan Forum <i>Online</i> TPI	2	4	16	<b>32</b>	17
		2.8%	5.6%	22.5%	45.1%	23.9%

Pada dimensi *ease of use*, mayoritas responden menjawab setuju untuk kelima buah pertanyaan. Dengan demikian, berarti responden sangat memperhatikan kemudahan dalam mengakses sebuah forum *online*. Pada pertanyaan pertama mengenai halaman pertama forum *online*, sebanyak 46,5% responden menyatakan setuju bahwa forum *online* TPI mudah dibaca. Kemudian, sebesar 50,7% responden setuju menyatakan bahwa ukuran teks pada forum *online* mudah dibaca, terdapat 34 responden menyatakan setuju bahwa gambar yang terdapat di dalam situs forum *online* TPI mudah dimengerti. Dengan ukuran tulisan dan gambar yang besar, sebanyak 27 responden menyatakan setuju bahwa mereka mudah mengoperasikan forum *online*, dan terdapat 45,1% responden menyatakan setuju bahwa mereka mudah menemukan forum *online* TPI.

### 3. Dimensi *Entertainment*

Pada dimensi *entertainment* terdapat 7 pertanyaan, bisa dilihat bahwa mayoritas reponden menjawab pada kisaran 2,5-3,5, hal ini ditandai dengan besaran *mean* (nilai rata-rata) yang ada di antara 2,5-3,5. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada dimensi *Entertainment* dominasi jawaban dari 71 responden antara tidak setuju dan netral.

**Gambar 5.12**  
**Nilai rata-rata (*mean*) dimensi *Entertainment***



Dari dimensi *entertainment*, nilai rata-rata tertinggi ada pada indikator desain yang menarik, yaitu dengan nilai rata-rata 3,46. Kemudian, di urutan kedua terdapat indikator perasaan senang ketika mengakses forum *online* dengan nilai rata-rata sebesar 3,25. Pada dimensi *entertainment* hal yang paling diperhatikan oleh responden berkaitan desain menarik suatu forum *online*.

Untuk lebih jelas mengenai perolehan suara tiap-tiap indikator, berikut ini penjabarannya.

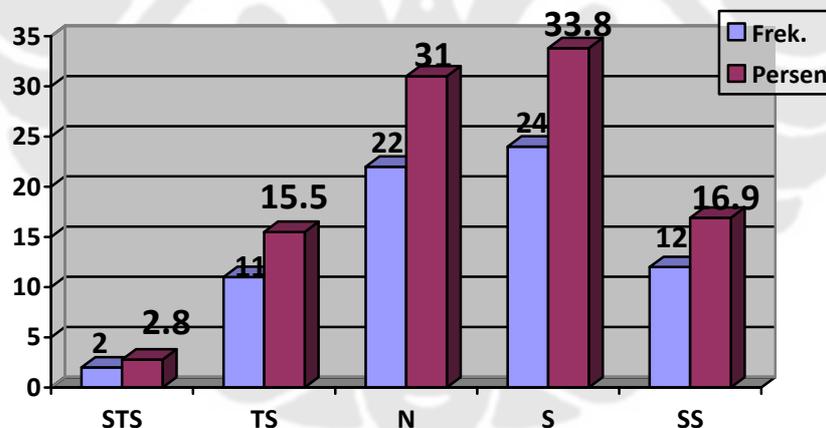
**Tabel 5.17**  
**Tabel Distribusi Frekuensi Dimensi *Entertainment***

No	Pertanyaan	Frekuensi/persen				
		STS	TS	N	S	SS
1	Tampilan Desain Forum <i>Online</i> Menarik	2 2.8%	11 15.5%	22 31.0%	<b>24</b> <b>33.8%</b>	12 16.9%
2	Forum <i>Online</i> TPI Menampilkan Sesuatu yang Berbeda (Inovatif)	4 5,6%	17 23,9%	<b>23</b> <b>32,4%</b>	19 26,8%	8 11,3%
3	Tampilan Desain Forum <i>Online</i> TPI Inovatif	7 9,9%	<b>23</b> <b>32,4%</b>	21 29,6%	16 22,5%	4 5,6%
4	Forum <i>Online</i> TPI Menampilkan Sesuatu yang Baru (Kreatif)	8 11.3%	21 29.6%	<b>23</b> 32.4%	14 19.7%	5 7%
5	Merasa Senang Ketika Terhubung dengan Forum <i>Online</i> TPI	2 2.8%	18 25.4%	<b>24</b> <b>33.8%</b>	14 19.7%	13 18.3%
6	Merasa Senang Ketika Mengakses Forum <i>Online</i> TPI	2 2.8%	18 25.4%	<b>24</b> <b>33.8%</b>	14 19.7%	13 18.3%

Pernyataan	Jawaban	Frekuensi	Persen
7. Merasa Bersosialisasi Ketika Mengakses Forum <i>Online</i> TPI	Sangat Tidak Setuju	6	8.5
	Tidak Setuju	18	25.4
	Netral	19	26.8
	<b>Setuju</b>	<b>23</b>	<b>32.4</b>
	Sangat Setuju	4	5.6
	Lainnya (tidak menjawab)	1	1.4
	<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>

Melalui penjabaran pada tabel di atas, diperoleh hasil bahwa mayoritas responden memilih desain yang menarik sebagai salah satu indikator paling mempengaruhi dimensi *entertainment* untuk menentukan kualitas forum *online*. Dari 71 responden terdapat 24 responden (33,8%) menyatakan setuju bahwa desain forum *online* TPI menarik, sedangkan kebalikannya hanya terdapat 2 responden (2,8%) yang menyatakan sangat tidak setuju untuk pernyataan tersebut.

**Gambar 5.13**  
Distribusi Frekuensi  
Tampilan Desain Forum *Online* Menarik



Analisis pada indikator lain pada dimensi *entertainment*, terdapat 32,4% responden atau sejumlah 23 responden yang menyatakan tidak setuju atas pernyataan desain forum *online* TPI inovatif. Sedangkan untuk indikator kreatifitas forum *online*, mayoritas sejumlah 23 responden menyatakan netral atau ragu-ragu untuk pernyataan tersebut, dan terdapat 21 responden yang tidak setuju serta 8 responden yang sangat tidak setuju. Hal ini menggambarkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa forum *online* TPI tidak kreatif.

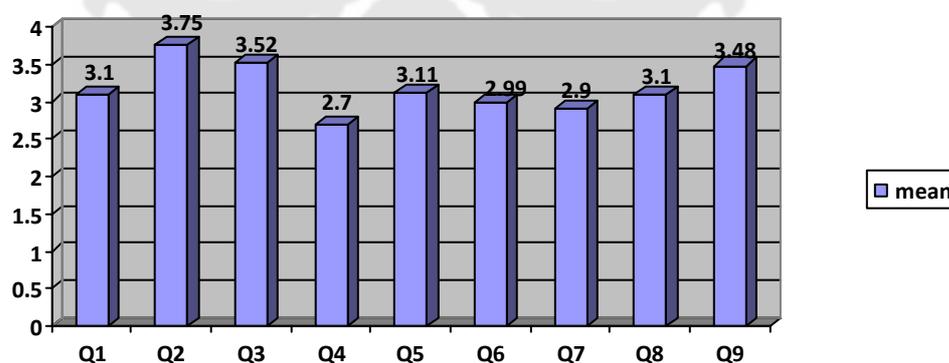
Untuk indikator perasaan senang saat mengakses forum *online*, mayoritas responden sebanyak 25 orang menjawab netral atau ragu-ragu. Begitu juga dengan perasaan senang ketika terhubung dengan forum *online* TPI, terdapat 33,8% atau sebanyak 24 orang responden yang menyatakan netral. Sedangkan responden yang merasa setuju dan sangat setuju berjumlah 14 dan 13 orang. Ini bisa dikategorikan, sebagai jawaban positif lebih banyak daripada responden yang menjawab netral.

Salah satu indikator dimensi *entertainment* yaitu adanya kemampuan forum *online* sebagai ajang sosialisasi. Data yang terkumpul menunjukkan ada 23 responden atau sebesar 32,4% dari 71 total responden yang menyatakan setuju merasa bersosialisasi ketika mengakses forum *online* TPI.

#### 4. Dimensi *Complimentary Relationship*

Terdapat 9 pertanyaan yang terkait dengan dimensi *complimentary relationship*. Pada bagian ini akan dijelaskan perbandingan nilai rata-rata (*mean*) yaitu, bahwa nilai rata-rata jawaban untuk 9 pertanyaan pada dimensi *complimentary relationship* yaitu sebesar 3,18. Jadi, bisa diperoleh gambaran bahwa mayoritas responden memberikan jawaban di antara 3 sampai 4, yaitu berkisar antara netral dan setuju.

**Gambar 5.14**  
Distribusi Nilai Rata-rata (*Mean*)  
Dimensi *Complimentary Relationship*

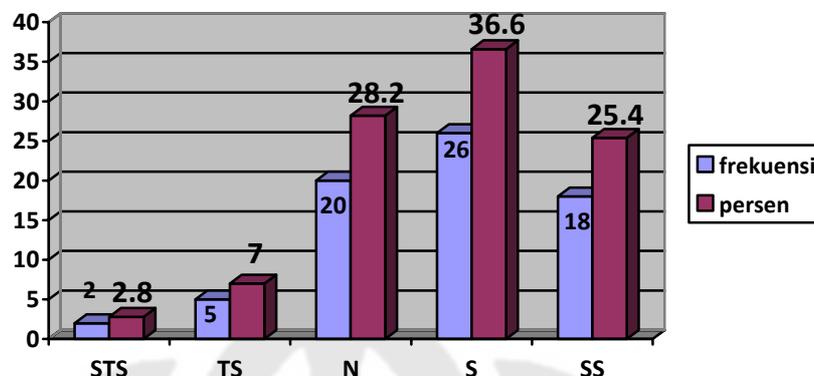


**Tabel 5.18**  
**Tabel Distribusi Frekuensi**  
**Dimensi *Complimentary Relationship***

No	Pertanyaan	Frekuensi/Persen					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	Pendapat Mengenai Perusahaan Sama Seperti Pembahasan di Forum <i>Online</i>	5	16	<b>24</b>	19	7	3.10
		7%	22.5%	<b>33.8%</b>	26.8%	9.9%	
2	Mengakses Forum <i>Online</i> TPI memberikan Gambaran Mengenai TPI	2	5	20	<b>26</b>	18	<b>3.75</b>
		2.8%	7%	28.2%	<b>36.6%</b>	25.4%	
3	Forum <i>Online</i> TPI Memberikan Gambaran yang Jelas mengenai PT Cipta TPI	2	10	21	<b>25</b>	13	3.52
		2.8%	14.1%	29.6%	<b>35.2%</b>	18.3%	
4	Forum <i>Online</i> TPI Memungkinkan Terjadi Transaksi <i>Online</i>	9	<b>24</b>	20	15	3	2.70
		12.7%	<b>33.8%</b>	28.2%	21.1%	4.2%	
5	Komunikasi Dengan Pihak TPI Bisa Dilakukan Melalui Forum <i>Online</i> TPI	7	14	<b>22</b>	20	8	3.11
		9.9%	19.7%	<b>31%</b>	28.2%	11.3%	
6	Komunikasi Dengan Pihak TPI Lebih Mudah Dilakukan Melalui Forum <i>Online</i> TPI	7	15	<b>26</b>	18	5	2.99
		9.9%	21.1%	<b>36.6%</b>	25.4%	7%	
7	Memilih Menggunakan Forum <i>Online</i> TPI untuk Menghubungi Pihak TPI	8	<b>23</b>	15	18	7	2.90
		11.3%	<b>32.4%</b>	21.1%	25.4%	9.9%	
8	Menghubungi TPI lebih Mudah Lewat Forum <i>Online</i> TPI	4	20	<b>22</b>	15	10	3.10
		5.6%	28.2%	<b>31.0%</b>	21.1%	14.1%	
9	Forum <i>Online</i> TPI Merupakan Alternatif Menghubungi Bagian Pelayanan	2	9	24	<b>25</b>	11	3.48
		2.8%	12.7%	33.8%	<b>35.2%</b>	15.5%	

Melalui tabel di atas, dapat dianalisis bahwa nilai rata-rata untuk pertanyaan no.2 yakni mengakses forum *online* TPI memberikan gambaran mengenai TPI, memiliki nilai rata-rata tertinggi di antara pertanyaan lain pada dimensi yang sama. Hal ini bisa dianalisis bahwa sebagian besar responden memberikan perhatian terhadap pernyataan tersebut, dan mereka menyetujui bahwa dengan mengakses forum *online* TPI mereka bisa mendapatkan gambaran mengenai perusahaan PT Cipta TPI.

**Gambar 5.15**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Indikator**  
**Mengakses Forum *Online* Memberikan Gambaran Mengenai TPI**



Berdasarkan distribusi frekuensi di atas dapat dianalisis bahwa dari 9 pertanyaan pada dimensi *complimentary relationship*, ternyata pertanyaan yang berkaitan dengan gambaran perusahaan pada forum *online* cenderung mendapatkan jawaban netral dan setuju. Pada pertanyaan pertama, pendapat responden mengenai perusahaan sama seperti pembahasan di forum *online* terdapat 24 responden atau 33.8% dari 71 responden menyatakan netral atau ragu-ragu untuk memilih. Selain itu, 26 responden menyatakan setuju bahwa dengan mengakses forum *online* TPI mereka mendapatkan gambaran mengenai TPI. Dari 71 responden, terdapat 25 orang yang menyatakan bahwa forum *online* TPI memberikan gambaran yang sangat jelas tentang perusahaan. Berkaitan dengan aplikasi dan pelengkap pada forum *online*, terdapat 24 responden (33.8%) menjawab tidak setuju forum *online* dapat digunakan sebagai media transaksi *online*.

Pertanyaan berikutnya terkait dengan kemudahan responden menghubungi pihak perusahaan. Terdapat 26 responden (36.6%) responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu forum *online* TPI mempermudah komunikasi, sedangkan sisanya terdapat 9.9% dan 21.1% yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju. Sedangkan yang memiliki jawaban dengan kecenderungan positif yaitu sebesar 25.4% responden setuju bahwa forum *online* mempermudah komunikasi, dan terdapat 7% yang sangat setuju.

Dengan akumulasi presentase dan frekuensi, dapat dihitung bahwa mayoritas responden netral terhadap pernyataan mengenai kemudahan komunikasi

melalui forum *online*. Dengan demikian, mereka pun memilih untuk menjawab tidak setuju menggunakan forum *online* untuk menghubungi perusahaan. Akan tetapi pada indikator yang berbeda, terdapat sebesar 35.2% responden setuju akan menggunakan forum *online* untuk menghubungi bagian pelayanan pemirsa.

### 5. Dimensi *Content*

Pada dimensi *content*, terdapat 17 pertanyaan yang mewakili indikator-indikator dimensi *content*. Berdasarkan hasil perbandingan nilai rata-rata (*mean*) untuk 17 pertanyaan yang terkait dengan dimensi *content* di atas, dapat dibuat sebuah kesimpulan bahwa mayoritas responden memberikan perhatian terdapat pada pernyataan tentang indikator pengelompokkan topik yang jelas dan indikator ketersediaan kontak perusahaan pada forum *online* TPI. Pada pertanyaan yang berhubungan dengan pengelompokkan topik, rata-rata jawaban responden bernilai 3,66 jadi bisa diperkirakan bahwa responden menjawab antara nilai 3 - 4 atau jawaban netral sampai dengan setuju untuk pertanyaan tersebut. Paparan masing-masing pertanyaan dan distribusi frekuensi, dan nilai rata-rata akan ditampilkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 5.19**  
**Tabel Distribusi Frekuensi Dimensi *Content***

No	Pertanyaan	Frekuensi/Persen					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	Isi Forum <i>Online</i> TPI Semakin Berkembang	7	12	<b>31</b>	16	5	3.00
		9.9%	16.9%	<b>43.7%</b>	22.5%	7%	
2	Perkembangan Informasi pada Forum <i>Online</i> TPI Sangat Bermanfaat	2	9	<b>28</b>	20	12	3.44
		2.8%	12.7%	<b>39.4%</b>	28.2%	16.9%	
3	Menu Penting Mudah Ditemukan pada Forum <i>Online</i> TPI	6	13	<b>26</b>	12	14	3.21
		8.5%	18.3%	<b>36.6%</b>	16.9%	19.7%	
4	Butuh Waktu Cepat untuk Menemukan Suatu Informasi pada Forum <i>Online</i> TPI	2	10	<b>27</b>	15	17	3.49
		2.8%	14.1%	<b>38.0%</b>	21.1%	29.3%	
5	Pengelompokan Topik Forum <i>Online</i> TPI Mempermudah dalam Mencari Informasi	1	6	22	<b>29</b>	12	<b>3.66</b>
		1.4%	8.5%	31.0%	<b>40.8%</b>	18.3%	
6	Pengelompokkan Topik Forum <i>Online</i> TPI Sesuai dengan Isinya	1	10	23	<b>27</b>	10	3.49
		1.4%	14.1%	32.4%	<b>38.0%</b>	14.1%	

No	Pertanyaan	Frekuensi/Persen					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
7	Info Kontak Perusahaan Sangat Berguna	1	6	<b>26</b>	23	15	3.63
		1.4%	8.5%	<b>36.6%</b>	32.4%	21.1%	
8	Mudah Mencari Alamat Kontak Perusahaan di Menu Forum <i>Online</i>	1	3	<b>30</b>	22	15	<b>3.66</b>
		1.4%	4.2%	<b>42.3%</b>	31.0%	21.1%	
9	Mengakses Forum <i>Online</i> untuk Mencari Info Tentang Kontak Perusahaan	1	11	<b>36</b>	13	10	3.28
		1.4%	15.5%	<b>50.7%</b>	18.3%	14.1%	
10	Materi Yang Ditampilkan pada Forum <i>Online</i> Memberikan Tambahan Informasi	1	9	<b>30</b>	18	13	3.46
		1.4%	12.7%	<b>42.3%</b>	25.4%	18.3%	
11	Informasi yang disajikan pada Forum <i>Online</i> TPI berkualitas	2	12	34	<b>14</b>	9	3.23
		2.8%	16.9%	47.9%	<b>19.7%</b>	12.7%	
12	Peraturan Yang Jelas Mengenai Bergabung Dengan Forum <i>Online</i> TPI	1	10	<b>26</b>	23	11	3.46
		1.4%	14.1%	<b>36.6%</b>	32.4%	15.5%	
13	Peraturan Yang Jelas Mengenai Keluar dari Forum <i>Online</i> TPI	1	13	<b>27</b>	19	11	3.37
		1.4%	18.3%	<b>38.0%</b>	26.8%	15.5%	
14	Peraturan Bergabung Dengan Forum <i>Online</i> TPI yang Mudah diikuti	1	10	<b>25</b>	23	12	3.49
		1.4%	14.1%	<b>35.2%</b>	32.4%	16.9%	
15	Peraturan Keluar Dari Forum <i>Online</i> TPI yang Mudah diikuti	1	9	<b>26</b>	23	12	3.51
		1.4%	12.7%	<b>36.6%</b>	32.4%	16.9%	
16	Anggota Berkesempatan Menyumbangkan Tulisan TPI	5	9	<b>28</b>	21	8	3.25
		7%	12.7%	39.4%	29.6%	11.3%	
17	Tulisan bisa ditampilkan Pada Forum <i>Online</i> TPI	5	15	<b>26</b>	19	6	3.08
		7%	21%	<b>36.6%</b>	26.8%	8.5%	

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh data bahwa terdapat 43,7% responden dari 71 responden menyatakan bahwa isi forum *online* TPI semakin berkembang. Sedangkan responden yang memiliki kecenderungan jawaban positif yaitu sebesar 22,5% responden menjawab setuju, dan ada 7% responden yang sangat setuju dengan pernyataan bahwa forum *online* TPI semakin berkembang. Jika diakumulasikan, responden yang setuju dan sangat setuju masih lebih kecil persentasenya daripada responden yang menjawab netral atau ragu-ragu. Jadi, diperoleh data bahwa mayoritas responden menyatakan netral atau ragu-ragu terhadap perkembangan isi forum *online* TPI.

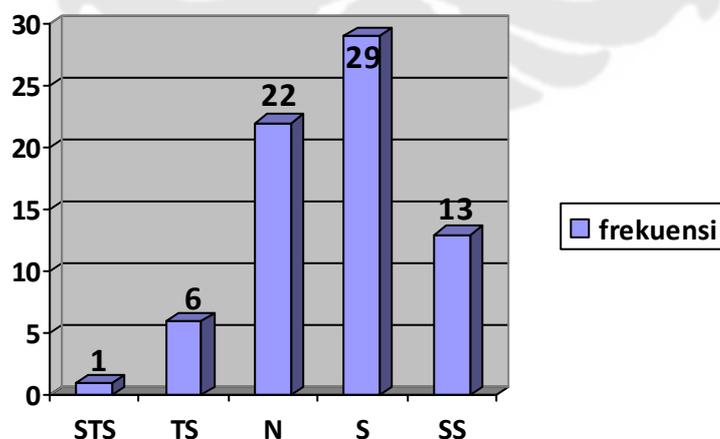
Dengan tingkat keragu-raguan yang cukup tinggi, pada pertanyaan berikutnya yang berkaitan dengan manfaat dari perkembangan informasi pada forum *online* TPI juga mendapatkan jawaban yang sama. Diperoleh data bahwa

terdapat 28 responden (39.4%) menjawab netral atau ragu-ragu terhadap manfaat dari perkembangan informasi pada forum *online* TPI. Indikator berikutnya yaitu keberadaan menu penting yang mudah ditemukan. Mayoritas responden sebanyak 26 orang (36.6%) memilih netral atau ragu-ragu untuk menyatakan bahwa menu penting mudah ditemukan pada forum *online* TPI, sedangkan responden dengan jawaban cenderung positif – setuju dan sangat setuju- juga mencapai 26 orang.

Indikator kecepatan akses untuk menemukan suatu informasi pada forum *online* TPI di dominasi oleh jawaban netral. Sebanyak 27 responden menjawab netral atau ragu-ragu atas indikator tersebut, sedangkan untuk jawaban setuju dan sangat setuju terdapat 15 dan 17 responden. Jika dijumlahkan, maka responden dengan jawaban cenderung positif lebih banyak daripada penjawab netral.

Indikator pengelompokkan topik pada forum *online* TPI mempermudah dalam mencari informasi menjadi pertanyaan yang memiliki nilai *mean* (rata-rata) tertinggi pada dimensi content, yaitu sebesar 3,66. Pada indikator ini, mayoritas responden yaitu sejumlah 29 orang (40,8%) menyatakan setuju, 22 responden memilih netral, dan terdapat 13 responden (18,3%) yang menyatakan sangat setuju bahwa forum *online* TPI telah membagi pengelompokkan topik sehingga mempermudah dalam mencari informasi.

**Gambar 5.16**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Indikator**  
**Pengelompokkan Topik Forum *Online* Mempermudah mencari Informasi**



Pencarian informasi pada forum *online* menjadi lebih mudah karena pembagian topik pada forum *online* disesuaikan dengan isinya. Dari 71 responden, terdapat 27 responden menyatakan setuju bahwa pembagian topik pada *forum online* TPI sudah sesuai dengan isinya. Selain mencari informasi melalui topik-topik yang ada di forum *online* TPI, info kontak perusahaan pun menjadi salah satu informasi yang dicari oleh pengunjung forum. Berdasarkan hasil analisis, 30 responden (42,3%) menyatakan mereka netral atau ragu-ragu menemukan alamat kontak perusahaan dengan mudah pada halaman forum *online*. Dari total 71 responden, hanya terdapat 13 responden yang menyatakan setuju bahwa mereka mengakses forum *online* TPI untuk mendapatkan info tentang kontak perusahaan, sedangkan yang memilih netral berjumlah 36 orang (50.7%).

Pertanyaan selanjutnya yaitu mengenai tambahan informasi yang diperoleh responden dengan mengakses forum *online* TPI. 30 responden (42,3%) dari total responden menyatakan netral. Mereka ragu-ragu dan tidak memberikan sikap atas pertanyaan tersebut. Sedangkan untuk pertanyaan selanjutnya yaitu, mengenai kualitas informasi yang disajikan pada forum *online* TPI. Masih tetap sama, mayoritas responden menjawab netral, 47,9% responden menyatakan ragu-ragu atau netral.

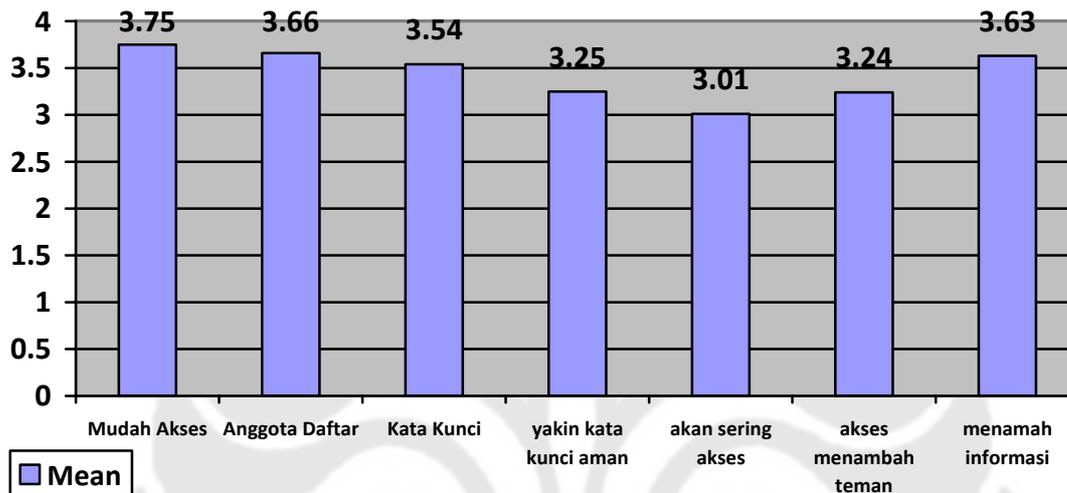
Indikator lainnya pada dimensi *content* yaitu mengenai peraturan bergabung dan keluar dari komunitas forum *online* TPI. Dari 4 pertanyaan yang diberikan, semuanya mendapatkan jawaban netral sebagai pilihan mayoritas. Pada indikator selanjutnya yaitu berkaitan dengan kesempatan bagi para anggota untuk menyumbangkan tulisan atau opininya pada forum *online*, diperoleh hasil bahwa 28 dari 71 responden atau sebesar 39,4% menjawab netral atau ragu-ragu. Lalu, 21 responden menyatakan setuju bahwa mereka bisa *posting* di forum *online* TPI. Dikaitkan dengan jawaban karakteristik responden pada pertanyaan frekuensi *posting*, pertanyaan kali ini berkaitan karena sebagian besar dari responden penelitian belum pernah *posting* pada forum *online* TPI

## 6. Dimensi *User Experiences*

Pada dimensi ini, yang menjadi indikator dimensi yang paling tinggi nilai rata-ratanya yaitu indikator kemudahan anggota dalam mengakses forum *online*

TPI, yaitu dengan nilai rata-rata (*mean*) 3,75. Dengan nilai rata-rata mendekati 4, dapat dianalisis bahwa sebagian besar responden menyatakan netral sampai dengan setuju untuk indikator kemudahan akses forum *online*.

**Gambar 5.17**  
**Distribusi Nilai Rata-Rata (*Mean*)**  
**Dimensi *User Experiences***



**Tabel 5.20**  
**Tabel Distribusi Frekuensi Dimensi *User Experience***

No	Pertanyaan	Frekuensi/Persen					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	Mudah Mengakses Forum <i>Online</i> TPI	2	7	17	26	19	3.75
		2.8%	9.9%	23.9%	36.6%	26.8%	
2	Anggota Harus Mendaftar Sebelum Mengakses Forum <i>Online</i> TPI	1	7	21	28	14	3.66
		1.4%	9.9%	29.6%	39.4%	19.7%	
3	Anggota Diminta Memasukkan Kata Kunci Untuk Mengakses Forum <i>Online</i>	1	11	22	23	14	3.54
		1.4%	15.5%	31%	32.4%	19.7%	
4	Yakin Kata Kunci untuk Masuk ke Forum <i>Online</i> Dijaga Keamanannya	1	20	18	24	8	3.25
		1.4%	28.2%	25.4%	33.8%	11.3%	
5	Akan Sering Akses Forum <i>Online</i> TPI	9	14	23	17	8	3.01
		12.7%	19.7%	32.4%	23.9%	11.3%	

No	Pertanyaan	Frekuensi/Persen					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
6	Akses Ke Forum <i>Online</i> TPI Menambah Teman	2	15	<b>28</b>	16	10	3.24
		2.8%	21.1%	<b>39.4%</b>	22.5%	14.1%	
7	Akses Ke Forum <i>Online</i> TPI Menambah Informasi	2	4	24	<b>29</b>	12	3.63
		2.8%	5.6%	33.8%	<b>40.8%</b>	16.9%	

Berdasarkan hasil analisis data terhadap 7 pertanyaan dimensi user experience, diperoleh data bahwa terdapat 26 responden (36,6%) setuju bahwa mudah mengakses forum *online* TPI. Lalu, terdapat 28 responden (39,4%) setuju mereka harus mendaftar sebelum mengakses forum *online* TPI, dan terdapat 21 responden (29,6%) responden yang menjawab netral atau ragu-ragu untuk pertanyaan tersebut. Pada indikator yang terkait dengan kata kunci, 23 responden (32,4%) setuju bahwa mereka diminta memasukan kata kunci untuk mengakses forum *online* TPI, pada urutan kedua responden menjawab netral yaitu sejumlah 22 orang atau sebesar 31%.

Sejumlah 24 responden atau 33,8% dari total 71 responden menyatakan percaya bahwa kata kunci yang digunakan untuk mengakses forum *online* dijaga kerahasiaannya oleh pihak TPI. Tetapi, di arah yang berkebalikan terdapat 20 responden (28,2%) menyatakan tidak setuju atau tidak percaya bahwa kata kunci yang mereka gunakan untuk mengakses forum *online* TPI dijaga kerahasiaannya oleh pihak TPI.

Pertanyaan lain yang digunakan untuk mengukur dimensi *user experiences* yaitu tentang keinginan anggota untuk sering mengakses forum *online*. Sebanyak 23 responden (32,4%) menjawab netral atau ragu-ragu untuk sering mengakses forum *online*. Sedangkan anggota yang setuju untuk sering mengakses forum *online* yaitu sebanyak 17 orang (23,9%).

Pada dimensi *user experiences* juga memasukan pertanyaan yang berkaitan dengan kegunaan akses. Berdasarkan hasil analisis, terdapat 28 responden (39,4%) menyatakan ragu-ragu atau netral bisa mendapatkan banyak teman karena bergabung dengan forum *online* TPI. Pada perolehan jawaban yang lain, terdapat 16 responden setuju, dan 15 responden tidak setuju mendapatkan teman karena bergabung dengan forum *online* TPI.

### 7. Dimensi *Feature*

Pada dimensi *feature*, pada analisis data nilai tertinggi distribusi rata-rata (*mean*) terdapat nilai rata-rata 3.48 yaitu pada pertanyaan mengenai file pada forum *online* TPI yang bisa disimpan untuk kepentingan selanjutnya. Dengan nilai rata-rata pada angka 3.48 berarti jawaban mayoritas berada di antara 3 dan 4, antara netral dan setuju. Berarti mayoritas responden setuju atau menilai positif terhadap kemampuan menyimpan file pada forum *online* untuk kepentingan selanjutnya.

**Gambar 5.18**  
Distribusi Nilai Rata-Rata (*Mean*)  
Dimensi *Feature*



**Tabel 5.21**  
Tabel Distribusi Frekuensi Dimensi *Feature*

No	Pertanyaan	Frekuensi/Persen					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	Forum <i>Online</i> TPI Memiliki Feature Yang Menarik	2	12	32	15	10	3.27
		2.8	16.9	45.1	21.1	14.1	
2	Bisa Berhubungan Langsung Dengan Anggota Forum <i>Online</i> Yang Lain	1	10	33	16	11	3.37
		1.4	14.1	46.5	22.5	15.5	

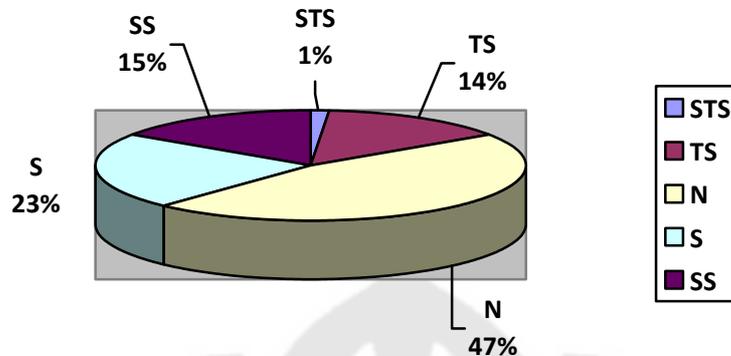
No	Pertanyaan	Frekuensi/Persen					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
3	Tampilan Forum <i>Online</i> TPI Menarik	8	10	<b>33</b>	16	4	2.97
		11.3%	14.1%	<b>46.5%</b>	22.5%	5.6%	
4	Tersedia Gambar Yang Menarik	6	10	<b>36</b>	15	4	3.01
		8.5%	14.1%	<b>50.7%</b>	21.1%	5.6%	
5	Tulisan di Forum <i>Online</i> TPI Bisa Disimpan di Tempat Lain	2	12	<b>29</b>	18	10	3.31
		2.8%	16.9%	<b>40.8%</b>	25.4%	14.1%	
6	Bisa Menyimpan Gambar yang Tersedia di Forum <i>Online</i> TPI	5	14	<b>25</b>	20	7	3.14
		7%	19.7%	<b>35.2%</b>	28.2%	9.9%	
7	Mudah Mendapatkan Info Yang Dibutuhkan pada Forum <i>Online</i> TPI	3	10	<b>28</b>	22	8	3.31
		4.2%	14.1%	<b>39.4%</b>	31%	11.3%	
8	Forum <i>Online</i> TPI Bisa Diakses dari Mana Saja	4	13	<b>22</b>	<b>22</b>	10	3.30
		5.6%	18.3%	<b>31%</b>	<b>31%</b>	14.1%	
9	File di Forum <i>Online</i> TPI yang dibutuhkan bisa disimpan	2	10	<b>24</b>	22	13	<b>3.48</b>
		2.8%	14.1%	<b>33.8%</b>	31%	18.3%	

Dimensi *feature* terdiri dari 9 butir pertanyaan. Pada pertanyaan pertama menanyakan sikap responden mengenai *feature* forum *online* TPI, terdapat 32 responden menyatakan netral atau ragu-ragu bahwa forum *online* TPI memiliki *feature* yang menarik. Sedangkan di posisi terbesar kedua, sebanyak 15 responden atau 21.1% dari 71 responden menyatakan setuju bahwa forum *online* TPI memiliki *feature* yang menarik.

**Tabel 5.22**  
**Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Indikator**  
**Forum *Online* TPI Memiliki *Feature* Yang Menarik**

	Frekuensi	Persen
Sangat Tidak Setuju	2	2.8
Tidak Setuju	12	16.9
Netral	32	45.1
Setuju	15	21.1
Sangat Setuju	10	14.1
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>

**Gambar 5.19**  
**Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Indikator**  
**Bisa Berhubungan Langsung Dengan Anggota Forum *Online* Yang Lain**



Indikator lain pembentuk dimensi *feature* yaitu berkaitan dengan tampilan suau forum *online*. Dari 71 responden, sebesar 46,5 % menyatakan netral atau ragu-ragu mengenai tampilan forum *online* TPI bisa dikatakan menarik atau tidak.

Indikator-indikator lain pada pertanyaan dimensi *feature* mayoritas mendapatkan respon mayoritas yaitu hasilnya netral atau ragu-ragu. Seperti pada pertanyaan mengenai gambar atau tulisan yang bisa dsimpan pada media simpan yang lain, mayoritas responden menjawab netral. Pada pertanyaan mengenai kemudahan mendapatka info yang dibutuhkan, mayoritas responden menjawab netral yaitu sebesar 28 responden (39.4%), namun responden yang memilih setuju berjumlah 31% dan sangat setuju berjumlah 11.3%, jadi bisa dilihat bahwa respon positif terhadap pernyataan forum *online* TPI mudah mencari informasi yang dibutuhkan.

### 8. Dimensi *Function*

Pada dimensi *function*, berdasarkan hasil perbandingan nilai rata-rata dapat disimpulkan bahwa indikator dengan nilai rata-rata terbesar yaitu indikator bisa berkomunikasi secara langsung dengan anggota lain melalui forum *online* TPI. Pada indikator tersebut, terdapat nilai rata-rata sebesar 3.35.

**Tabel 5.23**  
**Tabel Distribusi Frekuensi Dimensi *Function***

No	Pertanyaan	Frekuensi/Persen					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	Bisa Berkomunikasi Secara Langsung Dengan Anggota Lain Melalui Forum <i>Online</i> TPI	3	10	<b>29</b>	17	12	3.35
		4.2%	14.1%	<b>40.8%</b>	23.9%	16.9%	
2	Komunikasi Melalui Forum <i>Online</i> TPI sangat Efektif	1	16	<b>30</b>	15	9	3.21
		1.4%	22.5%	<b>42.3%</b>	21.1%	12.7%	
3	Komunikasi Melalui Forum <i>Online</i> TPI Mudah Mendapatkan Jawaban	1	18	<b>22</b>	18	12	3.31
		1.4%	25.4%	<b>31%</b>	25.4%	16.9%	
4	Membaca Beberapa Halaman Forum Onlne Setiap Login di Forum <i>Online</i> TPI	5	17	<b>27</b>	19	3	2.97
		7%	23.9%	<b>38%</b>	26.8%	4.2%	
5	Mudah Menemukan Halaman Lain di Forum <i>Online</i> TPI	2	8	<b>29</b>	23	9	3.41
		2.8%	11.3%	<b>40.8%</b>	32.4%	12.7%	
6	Forum <i>Online</i> TPI Bisa Mendaftar Untuk Mendapatkan Email Mengenai Berita Terbaru	7	11	<b>28</b>	23	2	3.03
		9.9%	15.5%	<b>39.4%</b>	32.4%	2.8%	
7	Forum Onine TPI Bisa Diakses Dari Berbagai Alat Komunikasi	3	15	<b>27</b>	16	11	3.23
		4.2%	21.1%	<b>38%</b>	21.1%	15.5%	

Dengan menganalisis data pada tabel distribusi frekuensi di atas, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata (*mean*) tertinggi ada pada pertanyaan nomor 1, yaitu mengenai bisa berkomunikasi secara langsung dengan anggota forum *online*. Dengan nilai rata-rata 3,35 maka indikator pertama ditempatkan pada nilai jawaban antara 3 dan 5, yaitu antara jawaban netral dan setuju. Dengan demikian, maka dapat dikategorikan sebagai jawaban yang memiliki kecenderungan positif.

### 5.1.3 Deskripsi Responden terhadap Variabel Citra PT Cipta TPI

#### a. Dimensi Kualitas

Pada dimensi kualitas, nilai rata-rata terbesar terdapat pada indikator PT Cipta TPI selalu memberikan yang terbaik untuk pemirsa. Nilai rata-rata pertanyaan tersebut bernilai 3.69 yaitu berkisar antara 3 – 4 bisa dikategorikan mayoritas respondennya menjawab antara jawaban netral dan setuju, dengan demikian pada analisis peneliti memasukkannya sebagai jawaban dengan kecenderungan positif.

Pada indikator kedua, PT Cipta TPI selalu memberikan yang terbaik untuk pemirsa terdapat perolehan nilai yang sama antara responden yang menjawab netral dan responden yang menjawab setuju, yaitu sejumlah 26 responden atau 36.6% dari total 71 responden.

**Tabel 5.24**  
**Tabel Distribusi Frekuensi Dimensi Kualitas**

No	Pertanyaan	Frekuensi/Persen					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	PT Cipta TPI sangat perhatian terhadap pemirsa	0	11	25	23	12	3.51
		0	15.5%	35.2%	32.4%	16.9%	
2	PT Cipta TPI selalu memberikan yang terbaik untuk pemirsa	0	5	26	26	14	3.69
		0	7%	36.6%	36.6%	19.7%	
3	PT Cipta TPI selalu memahami keinginan pemirsa	4	11	25	18	13	3.35
		5.6%	15.5%	35.2%	25.4%	18.3%	
4	PT Cipta TPI selalu menjaga hubungan baik dengan pemirsa	0	8	27	25	11	3.55
		0%	11.3%	38%	35.2%	15.5%	
5	Program/tayangan TPI selalu berkualitas	7	22	28	10	4	2.75
		9.9%	31.0%	39.4%	14.1%	5.6%	
6	Tidak ada tv lain yang lebih baik dari TPI	17	19	22	10	3	2.48
		23.9%	26.8%	31.0%	14.1%	4.2%	
7	Anda percaya pada nama baik PT Cipta TPI	1	11	25	23	11	3.45
		1.4%	15.5%	35.2%	32.4%	15.5%	

No	Pertanyaan	Frekuensi/Persen					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
8	Anda akan terus mendukung PT Cipta TPI	1	6	16	<b>36</b>	12	3.73
		1.4%	8.5%	22.5%	<b>50.7%</b>	16.9%	
9	PT Cipta TPI mampu meningkatkan kualitas program dan jasanya	1	6	<b>24</b>	<b>24</b>	16	3.68
		1.4%	8.5%	<b>33.8%</b>	<b>33.8%</b>	22.5%	
10	PT Cipta TPI bisa meningkatkan kualitas media <i>online</i>	1	14	<b>20</b>	19	17	3.52
		1.4%	19.7%	<b>28.2%</b>	26.8%	23.9%	
11	PT Cipta TPI menyediakan kemudahan untuk memberikan kritik	2	11	<b>23</b>	22	13	3.46
		2.8%	15.5%	<b>32.4%</b>	31.0%	18.3%	
12	PT Cipta TPI mengklarifikasi (menjelaskan kesimpang siuran) setiap informasi	6	11	<b>25</b>	20	9	3.21
		8.5%	15.5%	<b>35.2%</b>	28.2%	12.7%	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menjawab netral dan setuju untuk pernyataan PT TPI selalu memberikan yang terbaik untuk pemirsa. Terdapat 36.6% responden menjawab netral, dan terdapat 36.6% responden menjawab setuju, sedangkan responden yang menyatakan sangat setuju ada 19.7%.

Indikator-indikator lain pada dimensi kualitas, lebih didominasi dengan jawaban netral atau ragu-ragu. Akan tetapi, pada pertanyaan mengenai kesediaan responden untuk terus mendukung perusahaan, mayoritas responden menyatakan setuju akan mendukung PT Cipta TPI yaitu sejumlah 36 responden atau 50.7%. Sedangkan responden yang bersikap netral terhadap pertanyaan ini yaitu berjumlah 16 orang atau 22.5%.

#### b. Dimensi Kinerja

Dimensi kedua dari variabel citra adalah dimensi kinerja. Berdasarkan tabel nilai rata-rata dapat diketahui bahwa indikator peluang dan mampu bersaing dengan tv lain memiliki nilai rata-rata yang sama yaitu sebesar 3.97. Hal ini berarti dari 71 responden, rata-rata menjawab dengan jawaban bernilai

3-4 untuk pertanyaan tersebut, jadi bisa dipastikan bahwa jawaban cenderung positif.

**Tabel 5.25**  
**Tabel Distribusi Frekuensi Dimensi Kinerja**

No	Pertanyaan	Frekuensi/Persen					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	PT Cipta TPI punya peluang untuk terus berkembang	1	5	12	<b>30</b>	23	3.97
		1.4%	7.0%	16.9%	<b>42.3%</b>	32.4%	
2	PT Cipta TPI mampu bersaing dgn stasiun tv lain	1	5	13	<b>28</b>	24	3.97
		1.4%	7.0%	18.3%	<b>39.4%</b>	33.8%	
3	PT Cipta TPI dikelola dengan baik	2	17	<b>25</b>	15	12	3.25
		2.8%	23.9%	<b>35.2%</b>	21.1%	16.9%	
4	PT Cipta TPI merupakan perusahaan dengan struktur yang jelas	2	17	<b>30</b>	12	10	3.15
		2.8%	23.9%	<b>42.3%</b>	16.9%	14.1%	

Dari tabel bisa dianalisis bahwa terdapat 42.3 % responden menyatakan setuju untuk pernyataan bahwa PT Cipta TPI memiliki peluang untuk terus berkembang. Sedangkan untuk jawaban sangat setuju, terdapat 32.4% responden yang menilai PT Cipta TPI bisa berkembang.

Dari data dianalisis, bahwa terdapat 39.4% responden dari 71 responden yang menyatakan setuju untuk pernyataan PT Cipta TPI mampu bersaing dengan stasiun TV lainnya.

### c. Tanggung jawab

Dimensi ketiga pada variabel citra perusahaan yaitu dimensi tanggung jawab. Pada dimensi ini, terdapat perhitungan nilai rata-rata terbesar terdapat pada pernyataan bahwa responden mengetahui bahwa PT Cipta TPI selalu memberikan bantuan sosial, dan rata-rata jawaban yaitu 3.82. Hal ini dianalisa bahwa mayoritas responden menjawab dengan kecenderungan jawaban bersifat positif.

**Tabel 5.26**  
**Tabel Distribusi Frekuensi Dimensi Tanggung Jawab**

No	Pertanyaan	Frekuensi/Persen					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	PT Cipta TPI peduli terhadap keasrian lingkungan	1	13	<b>30</b>	16	11	3.52
		1.4%	18.3%	<b>42.3%</b>	22.5%	15.5%	
2	PT Cipta TPI peduli terhadap masyarakat sekitar	1	4	<b>28</b>	26	12	3.62
		1.4%	5.6%	<b>39.4%</b>	36.6%	16.9%	
3	PT Cipta TPI memiliki tanggung jawab sosial	2	7	22	<b>23</b>	17	3.65
		2.8%	9.9%	31.0%	<b>32.4%</b>	23.9%	
4	PT Cipta TPI sering memberikan bantuan sosial	2	6	18	<b>32</b>	13	<b>3.68</b>
		2.8%	8.5%	25.4%	<b>45.1%</b>	18.3%	
5	PT Cipta TPI menyalurkan bantuan sosial	1	7	14	<b>31</b>	18	3.62
		1.4%	9.9%	19.7%	<b>43.7%</b>	25.5%	
6	PT Cipta TPI memiliki program tayangan yang bersifat membantu sesama	2	9	18	<b>32</b>	10	3.55
		2.8%	12.7%	25.4%	<b>45.1%</b>	14.1%	

Pada dimensi tanggung jawab, dari 6 pertanyaan terdapat 4 pertanyaan yang menghasilkan respon yang baik. Pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan kegiatan tanggung jawab sosial ternyata mendapatkan nilai setuju sebagai jawaban mayoritas. Pada indikator PT Cipta TPI sering memberikan bantuan sosial, 45,1% dari 71 responden menyatakan setuju, artinya mereka mengetahui bahwa PT Cipta TPI sering memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar. Pada pertanyaan tersebut pula nilai rata-rata (*mean*) merupakan nilai tertinggi untuk dimensi tanggung jawab

#### **d. Dimensi Daya Tarik**

Dimensi keempat dari variable citra yaitu dimensi daya tarik. Pada dimensi ini diperoleh hasil perhitungan nilai rata-rata yaitu bahwa indikator terakhir tentang profesionalitas karyawan TPI mendapatkan nilai rata-rata 3.44 hal ini berkisar antara 3 – 4 masih dalam lingkup penilaian yang positif.

**Tabel 5.27**  
**Tabel Distribusi Frekuensi Dimensi Daya Tarik**

No	Pertanyaan	Frekuensi/Persen					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	Ingin bekerja di PT Cipta TPI	3	18	<b>21</b>	19	10	3.21
		4.2%	25.4%	<b>29.6%</b>	26.8%	14.1%	
2	Mengetahui bahwa PT Cipta TPI sebagai tempat kerja idaman	9	6	<b>26</b>	24	6	3.17
		12.7%	8.5%	<b>36.6%</b>	33.8%	8.5%	
3	Mengetahui bahwa PT Cipta TPI sebagai perusahaan yang bersih	3	10	<b>28</b>	18	12	3.37
		4.2%	14.1%	<b>39.4%</b>	25.4%	16.9%	
4	Karyawan PT Cipta TPI berkualitas	4	10	21	<b>24</b>	12	3.42
		5.6%	14.1%	29.6%	<b>33.8%</b>	16.9%	
5	Karyawan PT Cipta TPI profesional	4	11	17	<b>28</b>	11	<b>3.44</b>
		5.6%	15.5%	23.9%	<b>39.4%</b>	15.5%	

Berdasarkan hasil analisis untuk dimensi daya tarik, bisa dilihat melalui tabel distribusi frekuensi terdapat dua indikator yang sangat diperhatikan oleh responden yaitu berkaitan dengan kualitas dan profesionalitas karyawan. Pada pertanyaan yang berkaitan dengan kualitas karyawan PT Cipta TPI, terdapat 24 responden atau sebesar 33,8% responden yang menyatakan setuju bahwa karyawan PT Cipta TPI berkualitas, sedangkan pada sisi berkebalikannya ada 4 responden yang menyatakan bahwa mereka sangat tidak setuju untuk menyatakan karyawan PT Cipta TPI berkualitas. Pertanyaan lainnya yaitu berkaitan dengan profesionalitas karyawan mendapatkan nilai rata-rata (*mean*) paling tinggi pada dimensi daya tarik. Pada indikator ini, sebanyak 39,4% responden menyatakan setuju bahwa karyawan PT Cipta TPI profesional.

## 5. 2. Analisis Bivariat

Pada penelitian lainnya, biasanya dilakukan analisis korelasi terlebih dahulu sebelum analisis regresi, namun pada penelitian ini tidak lagi mencari hubungan antara variabel kualitas media *online* dan citra perusahaan. Peneliti menggunakan analisis regresi, ingin menganalisa pengaruh kualitas media *online* terhadap citra perusahaan. Dengan mengetahui pengaruh variabel, maka dapat dipastikan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan.

Analisis regresi linear adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan pada analisis regresi linear ini berskala interval.

Adapun rumus yang digunakan untuk regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

$Y'$  = variabel dependen / citra perusahaan (nilai yang diprediksikan)

$X$  = variabel independen / kualitas media *online*

$a$  = konstanta (nilai  $Y'$ , apabila  $X=0$ )

$b$  = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Nilai  $a$  dan  $b$  dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Hipotesis uji statistik untuk melihat pengaruh antara kualitas media *online* dengan citra perusahaan adalah sebagai berikut:

$H_0$  = tidak terdapat pengaruh kualitas media *online* terhadap citra perusahaan

$H_1$  = terdapat pengaruh kualitas media *online* terhadap citra perusahaan

Uji regresi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05 dimana penolakan  $H_0$  dilakukan jika dari hasil uji regresi diperoleh nilai signifikansi uji yang lebih kecil dari 0,05 atau diperoleh nilai  $F$  hitung lebih besar dari nilai  $F$ -tabel. Hasil uji regresi linear sederhana ditampilkan dalam tabel berikut:

**Tabel 5.28**  
**Hasi Uji Regresi Linear Sederhana**  
**Pengaruh Kualitas Media *Online* Terhadap Citra Perusahaan**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 <sup>a</sup>	.574	.568	12.35145

a. Predictors: (Constant), KualitasMediaOnline

Bagian ini menunjukkan besarnya koefisien determinasi yang berfungsi untuk mengetahui besarnya presentase variable tergantung citra perusahaan yang dapat diprediksikan dengan menggunakan variable bebas kualitas media *online*. Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya peranan atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung. Koefisien determinasi dihitung dengan cara mengkuadratkan hasil korelasi, kemudian dikalikan dengan 100% ( $r^2 \times 100\%$ ).

Angka R square (angka korelasi yang dikuadratkan atau  $0.758^2$ ) sebesar 0.574. angka R square itu disebut juga sebagai koefisien determinasi. Besarnya angka koefisien determinasi, 0,574 atau sama dengan 57,4%. Angka tersebut berarti bahwa sebesar 57,4% citra perusahaan dapat dijelaskan dengan menggunakan variable kualitas media *online*. Sedang sisanya, yaitu (100%-57,4%) harus dijelaskan oleh faktor-faktor penyebab lainnya.

Untuk diketahui bahwa besarnya R *square* berkisar antara 0-1 yang berarti semakin kecil besarnya R *square*, maka hubungan kedua variable semakin lemah. Sebaliknya. Jika R *square* semakin mendekati 1, maka hubungan kedua variabel semakin kuat.<sup>90</sup> Berdasarkan analisis data R *square* yang telah ditemukan dengan besar 0,574 maka bisa dikategorikan **cukup kuat** hubungan antara kualitas media *online* dan citra perusahaan.

<sup>90</sup> Jonathan Sarwono. *Op.Cit.* Hal. 99

**Tabel 5.29**  
**Hasil Anova (Uji F)**  
**Pengaruh Kualitas Media *Online* Terhadap Citra Perusahaan**  
 ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14175.426	1	14175.426	92.918	.000 <sup>a</sup>
	Residual	10526.518	69	152.558		
	Total	24701.944	70			

a. Predictors: (Constant), KualitasMediaOnline

b. Dependent Variable: CitraPerusahaan

Tabel anova di atas menunjukkan besarnya angka probabilitas atau signifikansi pada perhitungan anova yang akan digunakan untuk uji kelayakan model regresi dengan ketentuan angka probabilitas yang baik untuk digunakan sebagai model regresi ialah harus lebih kecil dari 0,05.<sup>91</sup>

Tabel di atas dapat dianalisa sebagai berikut:

- uji anova menghasilkan F sebesar 92.918 dengan tingkat signifikansi (angka probabilitas) sebesar 0,000. Karena angka probabilitas  $0,000 < 0,05$ , model regresi ini sudah layak untuk digunakan dalam memprediksi citra perusahaan.
- Untuk dapat digunakan sebagai model regresi yang dapat digunakan dalam memprediksi variabel tergantung, maka angka signifikansi (sig) harus lebih kecil daripada 0,05.

**Tabel 5.30**  
**Nilai Koefisien (Uji t) Uji Regresi Linear Sederhana**  
**Pengaruh Kualitas Media *Online* Terhadap Citra Perusahaan**  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.470	8.173		1.893	.063
	KualitasMediaOnline	.326	.034	.758	9.639	.000

a. Dependent Variable: CitraPerusahaan

<sup>91</sup> Sarwono. *Ibid*. Hal.100

Bagian ini menggambarkan persamaan regresi untuk mengetahui angka konstan dan uji hipotesis koefisien regresi.<sup>92</sup>

Persamaan regresinya, adalah:

$$Y = a + b x$$

Di mana:

Y : citra perusahaan

X : kualitas media *online*

a : angka konstant dari *unstandardized coefficient* yang dalam penelitian ini ialah sebesar 15.470. Angka ini berupa angka konstan yang mempunyai arti: jika tidak ada perubahan kualitas media *online* maka citra perusahaan akan bertambah sebesar 15.470.

b : angka koefisien regresi sebesar (+) 326. angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan kualitas media *online* maka citra perusahaan akan meningkat sebesar 326. Sebaliknya, jika angka ini negatif (-), maka citra perusahaan akan menurun sebesar angka tersebut.

Oleh karena itu, persamaannya menjadi:

$$Y = 15.470 + 326 X$$

Uji t akan digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel kualitas media *online* yang digunakan sebagai predictor untuk variabel citra perusahaan.

Hipotesis:

- a.  $H_0$  = koefisien regresi tidak signifikan
- b.  $H_1$  = koefisien regresi signifikan

Keputusan:

- a. jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima
- b. jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak
- c.  $t_{hitung} = 9.639$
- d.  $t_{tabel}$  = untuk menghitung  $t_{tabel}$ , digunakan ketentuan sebagai berikut
  - ❖  $\alpha = 0,05$

---

<sup>92</sup> Jonathan Sarwono. *Ibid.* Hal. 100

- ❖ degree of freedom (DF)= (jumlah data-2) atau  $71-2 = 69$
- ❖ t tabel = 1.995 (diperoleh dari tabel t, untuk  $df=69$ )

karena t hitung (9.639) > t tabel (1.995), maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya koefisien regresi signifikan.

### 5. 3. Analisis Multivariat

Analisis multivariat yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dimensi-dimensi pembentuk Kualitas Media *Online* terhadap Citra Perusahaan. Untuk mengetahui pola hubungan antar Variabel tersebut, akan dilakukan analisis regresi berganda. Berikut ini adalah hasil analisis menggunakan software SPSS 16.00 :

**Tabel 5.31**  
**Tabel Anova Analisis Multivariat**  
ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17084.209	8	2135.526	17.381	.000 <sup>a</sup>
	Residual	7617.735	62	122.867		
	Total	24701.944	70			

a. Predictors: (Constant), Function\_X8, Useful\_X1, EaseOfUse\_X2, Entertainment\_X3, User\_Exp\_X6, Compliment\_X4, Content\_X5, Feature\_X7

b. Dependent Variable: CitraPerusahaan

Tabel Anova menunjukkan signifikansi dari model linier yang digunakan apakah sudah tepat atau belum. Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai statistik F yang diperoleh adalah sebesar 17.381 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang diperoleh jauh lebih kecil dari nilai  $\alpha$  yang ditentukan yaitu sebesar 0,05 (5%) yang berarti bahwa H0 ditolak. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa model linier yang digunakan sudah tepat. Hal ini menunjukkan bahwa model tersebut dapat digunakan untuk menjelaskan atau menerangkan hubungan antara kualitas media *online* dengan Citra perusahaan.

Adapun besar hubungan dan pengaruh yang diperoleh, dapat dilihat pada tabel Model Summary berikut :

**Tabel 5.32**  
**Model Summary Analisis Multivariat**  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 <sup>a</sup>	.692	.652	11.08452

a. Predictors: (Constant), Function\_X8, Useful\_X1, EaseOfUse\_X2, Entertainment\_X3, User\_Exp\_X6, Compliment\_X4, Content\_X5, Feature\_X7

Dari tabel Model Summary, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara kualitas media *online* terhadap citra perusahaan yaitu sebesar 0,832. Sedangkan besar pengaruh dari kualitas media *online* terhadap citra perusahaan adalah sebesar 0,692 atau 69,2%. Karena model regresi linier berganda yang digunakan sudah tepat berdasarkan pengujian Anova, maka dilanjutkan dengan uji t untuk mendapatkan koefisien regresi dan pengujian signifikansinya. Hasil pengolahan data untuk uji t dengan menggunakan SPSS versi 16.0 dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5.33**  
**Tabel Coefficients Analisis Multivariat**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.816	7.875		2.262	.027
	Useful	-.417	.311	-.152	-1.338	.186
	EaseOfUse	1.041	.566	.203	1.839	.071
	Entertainment	.018	.411	.005	.043	.966
	Compliment	-.148	.396	-.051	-.375	.709
	Content	.405	.218	.269	1.860	.068
	User_Exp	.799	.499	.231	1.601	.114
	Feature	1.257	.437	.420	2.879	.005
	Function	-.221	.476	-.059	-.465	.644

a. Dependent Variable: CitraPerusahaan

Dari nilai t hitung dan t tabel, maka dapat diambil kesimpulan terhadap dimensi-dimensi kualitas media *online* terhadap Variabel Citra perusahaan, yakni:

1. dimensi *useful* (X1)

Oleh karena t hitung < t tabel maka Ho diterima, artinya dimensi *useful* kualitas media *online* tidak berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap Citra.

2. dimensi *ease of use* (X2)

Oleh karena  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka  $H_0$  diterima, artinya dimensi *ease of use* kualitas media *online* tidak berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap Citra perusahaan.

3. dimensi *entertainment* (X3)

Oleh karena  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka  $H_0$  diterima, artinya dimensi *entertainment* kualitas media *online* tidak berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap Citra perusahaan.

4. dimensi *complimentary relationship* (X4)

Oleh karena  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka  $H_0$  diterima, artinya dimensi *complimentary relationship* tidak berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap Citra Perusahaan

5. dimensi *content* (X5)

Oleh karena  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka  $H_0$  diterima, artinya dimensi *content* tidak berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap Citra Perusahaan

6. dimensi *user experience* (X6)

Oleh karena  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka  $H_0$  diterima, artinya dimensi *user experience* tidak berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap Citra Perusahaan

7. dimensi *feature* (X7)

Oleh karena  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak, artinya dimensi *feature* berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap Citra Perusahaan

8. dimensi *function* (X8)

Oleh karena  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka  $H_0$  diterima, artinya dimensi *function* tidak berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap Citra Perusahaan

Dari persamaan tersebut, variabel bebas kualitas media *online* akan dapat mempengaruhi Variabel Terikat Citra, yang dapat diuraikan sebagai berikut setiap kenaikan 1 skor dimensi *feature* (X7) dapat meningkatkan 1.257 skor variabel citra dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

#### 5.4 Analisis Pengaruh Dimensi Feature terhadap Citra Perusahaan

**Tabel 5.34**  
**Hasil Uji Regresi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 <sup>a</sup>	.585	.579	12.19151

a. Predictors: (Constant), Feature\_X7

Dari hasil di atas, dapat dilihat bahwa angka *R square* besarnya 0.582 atau 58,2%, yang berarti citra PT Cipta TPI di benak anggota forum *online* cukup kuat dipengaruhi oleh dimensi *feature* yaitu sebesar **58.5%**. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 5.35**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14446.267	1	14446.267	97.194	.000 <sup>a</sup>
	Residual	10255.676	69	148.633		
	Total	24701.944	70			

a. Predictors: (Constant), Feature\_X7

b. Dependent Variable: CitraPerusahaan

Nilai signifikansi adalah 0.000 ( $< 0,05$ ), berarti ada pengaruh signifikan dimensi *feature* terhadap citra PT Cipta TPI di benak anggota forum *online* TPI. ( $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima)

**Tabel 5.36**  
**Hasil Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.238	6.922		3.790	.000
	Feature_X7	2.289	.232	.765	9.859	.000

a. Dependent Variable: CitraPerusahaan

Pada tabel diperoleh hasil bahwa signifikansi dimensi *feature* yaitu 0.000 berarti dimensi *feature* sangat signifikan mempengaruhi citra perusahaan.