

**RESPONSI MASYARAKAT KOTA MALANG
PADA SITUS BERITA MALANGONLINE.COM**

SKRIPSI

Oleh

ARIF SUHANDHA

NIM : 08510030



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2013**

**RESPONSI MASYARAKAT KOTA MALANG
PADA SITUS BERITA MALANGONLINE.COM**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN)
Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

ARIF SUHANDHA
NIM : 08510030



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2013**

LEMBAR PERSETUJUAN

**RESPONSI MASYARAKAT KOTA MALANG
PADA SITUS BERITA MALANGONLINE.COM**

SKRIPSI

Oleh

ARIF SUHANDHA
NIM : 08510030

Telah Disetujui 30 Maret 2013
Dosen Pembimbing,

Dr.H.Ir.Masyhuri, MP.

Mengetahui :
Ketua Jurusan,

Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
NIP : 19720212 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN
RESPONSI MASYARAKAT KOTA MALANG
PADA SITUS BERITA MALANGONLINE.COM

SKRIPSI

Oleh

ARIF SUHANDHA
NIM : 08510030

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 5 April 2013

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua <u>Irmayanti Hasan, ST., MM</u> NIP: 197705062003122001	()
2. Sekretaris Dr. H. Ir. Masyhuri, MP.	()
3. Penguji Utama <u>Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag</u> NIP: 196201151998031001	()

Mengetahui :
Ketua Jurusan,

Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
NIP : 19720212 200312 1 003

KETERANGAN PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, saya pembimbing skripsi dari mahasiswa :

Nama : ARIF SUHANDHA

NIM : 08510030

Jurusan : MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI

Menyatakan bahwa skripsi mahasiswa yang bersangkutan telah dan siap diujikan oleh tim penguji skripsi.

Demikian untuk menjadikan maklum.

Malang, 30 Maret 2013

Dosen Pembimbing,

Dr. H. Ir. Masyhuri, MP.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini saya persembahkan untuk :

Kedua Orang Tuaku :

**Tercinta dalam hatiku yang paling dalam Ayahanda
Rojikin dan Ibunda Mestinah yang selalu memberikan
motivasi dan doa. Terima kasihku dengan air mata yang
tak terbendung karena kerja keras mereka selama ini.
Tak ada kata yang bisa mewakili kasih sayang mereka
sampai kapanpun.**

**Teruntuk Ayang Putri Septi Ayu Anggraeni, yang selalu
menemaniku dalam suka dan duka. Terima kasih karena
tak lupa memberiku motivasi, arti, dan kekuatan dalam
menjalani kehidupan ini. Semangat kasih sayang semoga
terus terjaga sampai nanti.**

**Sahabat-sahabatku tercinta yang telah bersedia
memberikan inspirasinya untuk mengubah hidup ini.**

MOTTO

**Kita bisa memiliki apa yang kita inginkan, tetapi kita mesti memperjuangkannya agar bisa menikmatinya dengan layak.
(Gabriel Garcia Marquez)**

KATA PENGANTAR

Hidup ini tak lebihnya sebuah proses yang mendalam. Segala keberhasilan dan kesuksesan manusia sebagai makhluk yang diciptakan tidak terlepas dari sang Kholik, Allah SWT, yang tak pernah lelah memberikan hidayahnya kepada kita semua. Maka tidak ada yang menandingi satu kata pun untuk berucap syukur akan kehadirannya.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, dengan segala taufik, hidayah, dan inayahnya senantiasa terlimpahkan kepada hambanya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada pelita hati umat Islam, sang penghuni surga, Muhammad SAW. Dengan segala cinta kasihnya, penuh pengorbanan, dan keikhlasan telah membimbing dan menuntun umatnya ke jalan yang diridhoi oleh Allah SWT.

Selanjutnya ucapan terima kasih, penulis haturkan yang terhormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. A. Muhtadi Ridwan, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terima kasih telah memberikan arahan yang sangat bermanfaat.
3. Bapak Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan semangat dan bimbingan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. H. Ir. Masyhuri, MP selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan bimbingan yang sangat bermanfaat.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi yang telah mengajarkan ilmunya kepada penulis selama belajar di Universitas ini.
6. Seluruh staf Fakultas Ekonomi yang telah membantu kelancaran administratif.

7. Ayahanda Rojikin dan Ibunda Mestinah, atas dukungan, kasih sayang, perhatian, pendidikan serta motivasi baik dalam bentuk materil maupun moril yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Adik-adikku, Fitriah Hikmatul Jannah dan Faizah Muzakkiah Al-Qawwaf, serta seluruh keluarga besarku yang telah mendukung agar menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Teruntuk Ayang Putri Septiayu Anggraeni, terima kasih telah menemani hari-hariku.
10. Sahabat-sahabatku tercinta Eko Budi Setiawan, Hari Supriyono, Bayu Andri Setiawan, Ariel, Heru, Fathur, dan banyak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih telah memberikan dukungan, masukan serta motivasi kepadaku.
11. Sahabat-sahabatku di Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon Ekonomi Moch. Hatta yang telah memberikan makna perjuangan dalam menjalani hidup ini.
12. Sahabat-sahabat di Badan Eksekutif Mahasiswa (FE) 2010. Kalian telah memberikan arti persahabatan.
13. Seluruh sahabat-sahabatku angkatan 2008 yang masih tersisa, perjuangan yang sebenarnya baru saja dimulai.
14. Kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah ikut membantu dan memotivasiku selama menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu.

Teriring doa dan harapan semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Amin....

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca dan berbagai pihak yang sifatnya konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan kami ucapkan terimakasih.

Penulis hanya dapat berdo'a atas segala jasa yang telah diberikan, semoga amal ibadah kita diterima oleh Allah SWT, amin.

Malang, 30 Maret 2013

Arif Suhandha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KETERANGAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2. Kajian Teoritis	18
2.2.1. Pengertian Responsi	18
2.2.2. Jasa.....	18
A. Definisi Jasa	18
B. Karakteristik Jasa	19

C. Klasifikasi Jasa	21
D. Kualitas Jasa.....	22
2.2.3. Perilaku Konsumen.....	24
A. Definisi Perilaku Konsumen.....	24
B. Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	24
C. Keterlibatan dan Persepsi Konsumen	31
D. Sikap Konsumen	35
E. Ciri-Ciri Sikap	36
F. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap	37
2.2.4. Pengenalan Berita dan Media	38
A. Definisi Berita	38
B. Karakteristik Berita	39
C. Bentuk Penyajian berita	40
2.2.5. Situs Berita Online	41
2.2.6. Desain Visual dan Tata Letak	43
2.2.7. Kemampuan Menggunakan Internet	44
2.2.8. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam.....	46
2.2.9. Kerangka Berpikir.....	47
2.2.10. Hipotesis Penelitian.....	48
BAB III : METODE PENELITIAN	49
3.1. Lokasi Penelitian.....	49
3.2. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	49
3.3. Populasi dan Sampel	49
3.3.1. Populasi.....	49
3.3.2. Sampel.....	50
3.3.3. Teknik Pengambilan Sempel	50
3.4. Data dan Sumber Data	51
3.5. Teknik Mengumpulkan Data.....	51
3.5.1. Kuisisioner.....	51

3.5.2. Wawancara.....	51
3.5.3. Dokumentasi	51
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	52
3.7. Skala Pengukuran.....	53
3.8. Uji Instrument Penelitian	55
3.8.1. Uji Validitas	55
3.8.2. Uji Realibilitas	55
3.9. Pengujian Model	56
3.8.1. Uji Signifikansi model dan parameter.....	56
3.8.2. Uji Kelayakan Model	56
3.10. Metode Analisis Data.....	58
BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	62
4.1. Paparan Data dan Hasil Penelitian	62
4.1.1. Sejarah Singkat dan Profil Malangonline.com	62
4.1.2. Struktur Organisasi	62
4.1.3. Fasilitas Layanan.....	64
4.2. Gambaran Umum Responden	68
4.2.1. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2.2. Berdasarkan Usia	69
4.2.3. Berdasarkan Pendidikan terakhir	69
4.2.4. Berdasarkan Pekerjaan.....	70
4.2.5. Berdasarkan Jenis Pendapatan	71
4.3. Gambaran Distribusi Item	71
4.3.1. Variabel Produk	72
4.3.2. Variabel Frekwensi Promosi Situs	74
4.3.3. Variabel Tempat.....	76
4.3.4. Variabel Sosial	78
4.3.5. Variabel Personal	80
4.3.6. Variabel Psikologi.....	82

4.3.7. Variabel Budaya.....	85
4.3.8. Variabel Dependent.....	86
4.4. Uji Validitas	87
4.5. Uji Realibilitas	88
4.6. Uji Signifikansi Model dan Parameter.....	88
4.7. Uji Kelayakan Model	89
4.8. Hasil Uji Kelayakan Model.....	89
4.8.1. Berdasarkan Perbandingan Chi-Square Uji dan Tabel.....	90
4.8.2. Berdasarkan Perbandingan Tingkat Signifikansi	90
4.8.3. Analisis Responsi Masyarakat pada Situs Berita Malangonline.com	90
4.8.4. Pembahasan Data dan Hasil penelitian	93
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1. Kesimpulan	104
5.2. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1. Variabel, Indikator, dan Item	53
Tabel 4.1. Distribusi Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2. Distribusi Usia Responden.....	69
Tabel 4.3. Distribusi Pendidikan Terakhir	69
Tabel 4.4. Distribusi Pekerjaan Responden	70
Tabel 4.5. Distribusi Pendapatan responden	71
Tabel 4.6. Distribusi Variabel Produk Situs.....	72
Tabel 4.7. Distribusi Variabel Frekwensi Promosi Situs	74
Tabel 4.8. Distribusi Variabel Tempat.....	76
Tabel 4.9. Distribusi Variabel Sosial	78
Tabel 4.10. Distribusi Variabel Personal	80
Tabel 4.11. Distribusi Variabel Psikologi.....	82
Tabel 4.12. Distribusi Variabel Budaya.....	85
Tabel 4.13. Pernyataan Konsumen/Pengunjung Secara Umum.....	86
Tabel 4.14. Uji Validitas Korelasi Product Moment	87
Tabel 4.15. Uji Realibilitas	88
Tabel 4.16. Model Summary.....	89
Tabel 4.17. Hasil Uji Kelayaan Model	89
Tabel 4.18. Variabel in the Equations.....	91
Tabel 4.19. Classification Table	93
Tabel 4.20. Ringkasan Signifikansi Tabel $\alpha = 0,1$	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar 2.2. Model Faktor Perilaku Konsumen Menurut Kotler	30
Gambar 2.3. Model Perilaku Konsumen Menurut Schiffman dan Kanuk	31
Gambar 2.4. Model Pemrosesan Informasi Konsumen	34
Gambar 2.5. Kerangka Berpikir	47
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran I: Biodata Peneliti</i>	109
<i>Lampiran II: Bukti Konsultasi</i>	111
<i>Lampiran III: Kuisisioner</i>	112
<i>Lampiran IV: Pedoman Wawancara</i>	114
<i>Lampiran IV: Hasil Output SPSS</i>	115

ABSTRAK

Suhandha, Arif, 2013 SKRIPSI. Judul : “Responsi Masyarakat Kota Malang pada Situs Berita Malangonline.com”

Pembimbing : Dr.H.Ir.Masyhuri, MP.

Kata Kunci : Responsi, Perilaku Konsumen, Media Online

Situs berita malangonline.com merupakan sebuah situs yang memiliki beragam informasi yang lengkap dan *up to date*. Situs ini bermuatan lokal yakni Kota/Kabupaten Malang. Adapun situs yang mempunyai slogan “Satu Situs untuk Semua” ini pada *contentnya* berisikan tentang berbagai berita yang dibagi menjadi beberapa kolom bagian. Antara lain malangnews, malangbiz, malangsport, malangtravel, malanghealth, malangstyle, jelajah, dsb. Dalam hal ini peneliti memfokuskan pada tanggapan pengunjung atas situs berita malangonline.com.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari peluang pengaruh pada minat masyarakat Kota Malang untuk mengunjungi malangonline.com. Hal itu dijelaskan melalui variabel-variabel yang sesuai dengan realita di lapangan. Disajikan dengan item pertanyaan yang sesuai dengan teori-teori pemasaran dan perilaku konsumen. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode kuisioner, pengamatan, dan wawancara. Sedangkan analisis data menggunakan analisis kuantitatif dengan pendekatan eksploratif (*eksploratori*).

Dari hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwasannya dari Analisis Regresi Model Probabilitas Logit diketahui pada penelitian yang terdiri dari 20 item. Dimana terdapat Penelitian terdiri dari 20 item, dimana terdapat 6 item yang koefisiennya signifikan pada $\alpha = < 0,1$ (10%), yaitu publikasi malangonline.com maksimal (X2.1) yang mempunyai signifikansi 0,049 (4,9%), fasilitas yang ditawarkan sudah baik (X2.2) mempunyai signifikansi 0,036 (3,6%), saat membuka halaman situs, mudah diakses (X3.2) yang mempunyai signifikansi 0,068 (6,8%), mengunjungi situs karena pengaruh teman (X4.2) yang mempunyai signifikansi 0,051 (5,1%), gaya hidup berpengaruh untuk mengunjungi situs (X5.3) yang mempunyai signifikansi 0,092 (9,2%), dan situasi ekonomi berpengaruh untuk mengunjungi situs (X5.4) yang mempunyai signifikansi 0,053 (5,3%).

ABSTRACT

Suhandha, Arif, 2013 THESIS. Entitled: “Malang Public Response in Malangonline.com News Site”

Advisor : Dr.H.Ir.Masyhuri, MP.

Key Words : Response, Consumer Behavior, Online Media

Malangonline.com is a news site which has a variety of complete and up to date informations. The site is loaded with the local city information of Malang. It has “One Site for All” as its slogan and contains various news columns divided into several sections; malangnews, malangbiz, malangsport, malangtravel, malanghealt, malangstyle, jelajah, etc. In this case, the researcher focuses on the visitors responses of malangonline.com news site.

This study aims to explore the opportunities effect on the public interest of Malang to visit malangonline.com. It is explained by the variables in accordance with the reality on the field. This research is presented with the question items in accordance with the theories of marketing and consumer behavior. The data was collected by questionnaire method, observation, and interviews. In analyzing the data, the researcher uses quantitative analysis with explorative approach (exploratory).

As the result of the study, the researcher can deduce that the Regression Analysis Probability Models Logit known on the research consisting of 20 items. It is found in the research which consists of 20 items, of which there are 6 items that the coefficient is significant at $\alpha = <0.1$ (10%), ie X2.1) with a significance of 0.049 (4.9%) and (X2.2) with significance 0.036 (3,6%), ie (X3.2) with a significance of 0.068 (6.8%), (X4.2) with a significance of 0.051 (5.1%), (X5.3) with a significance of 0.092 (9.2%), and (X5.4) with a significance of 0.053 (5.3%).

مستخلص البحث

سوهاندا، عريف، 2013 م، "استجابة المجتمع بمالانج في موقع الأخبار

"malangonline.com

المشرف: الدكتور مهدي رضوان

الكلمات الأساسية: استجابة، معاملة المستهلك، وسائل الدولية

موقع الأخبار malangonline.com هي موقع الأخبار عندها كثير الأخبار الكاملة المتأخرة. يملأ موقع الأخبار عن الأخبار المحلي في مالانج. وإعلانها "واحد موقع الأخبار للجميع" فيها الأخبار التي تنقسم إلى malangnews, malangbiz, malangsport, malangtravel, malanghealth, malangstyle, jelajah, المستهلك في موقع الأخبار malangonline.com

الهدف من هذا البحث هو ليطلب فرصة الآثار عن رغبة المجتمع بمالانج لتقديمها في موقع الأخبار malangonline.com. ويبينها في متغيرين المناسبين في الميدان. ويشرحها بسؤال المناسب مع نظرية التسويق و معاملة المستهلك. والأدوات لجمع البيانات في هذا البحث هي: الاستبيانات والملاحظة والمقابلة. وتحليلها بتحليل الكمي بمدخل الاستكشاف.

في هذا البحث عشرون متغيراً. متغيرين عاملهما مغزى في (10%) $\alpha = 0,1$ هي $x_{2.1}$ عاملها (4,9%) $x_{2.2}$ و $x_{2.2}$ عاملها (3,6%) $0,036$. وهي (x3.2) عاملهما (6,8%) $0,068$. (x4.2) عاملهما (5,1%) $0,051$. (x5.3) عاملهما (9,2%) $0,092$. (x5.4) عاملهما (5,3%) $0,053$.

