

**PENGARUH KUALITAS KONTEN TERHADAP NIAT  
BERDONASI MELALUI INTENSITAS MENONTON PADA *LIVE*  
*STREAMING* MARAPTHON: THE LAST TALE**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar strata satu**



**HABIBAH SALMA BANAHSAN**

**1221001084**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**

**2026**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Habibah Salma Banahsan

NIM : 1221001084

Tanda Tangan :



Tanggal : 9 September 2026

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Habibah Salma Banahsan  
NIM : 1221001084  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Konten terhadap Niat Berdonasi melalui Intensitas Menonton pada *Live Streaming* Marapthon: The Last Tale.

Telah berhasil menyelesaikan tugas akhir dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing: Raden Aryo Febrian, S.E., M.M.

(  )

Dosen Penguji 1: Ir. Aurino Rilman Adam Djamaris, M.M (

 )

Dosen Penguji 2: Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M (

 )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 September 2026

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Konten terhadap Niat Berdonasi melalui Intensitas Menonton pada *Live Streaming* Marapthon: The Last Tale”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena live streaming yang semakin berkembang dan menghadirkan bentuk interaksi baru antara kreator dan audiens, seperti halnya donasi. Fenomena tersebut tidak hanya menarik untuk dilihat dari sisi perkembangan media digital, melainkan dengan adanya kualitas konten dan pengalaman menonton dapat membentuk keterlibatan audiens hingga munculnya niat untuk memberikan donasi atas rasa terhibur yang diberikan kepada kreator. Melalui penelitian ini, penulis memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh Kualitas Konten terhadap Niat Berdonasi melalui Intensitas Menonton pada live streaming Marapthon: The Last Tale.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, arahan, waktu, dan doa serta bantuan kepada penulis dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Raden Aryo Febrian, selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, masukan koreksi, dan bimbingan selama penyusunan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian baik.
2. Bapak Prof. M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen, yang telah memberikan arahan, dukungan akademis selama penulis menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Ir. Aurino Rilman Adam Djamaris, M.M dan Ibu Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M, selaku dosen penguji, yang telah memberikan kritik, pertanyaan, serta masukan yang membangun untuk perbaikan skripsi ini.

4. Kedua orang tua penulis, yang telah memberikan doa yang tidak pernah putus, dukungan, kesabaran, perhatian dan kepercayaan yang diberikan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Kedua kakak, adik, dan keluarga penulis, yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, dan semangat selama penulis menyusun skripsi.
6. Teman-teman penulis, yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih terdapat keterbatasan, baik dalam proses penelitian maupun dalam penyajian hasil penelitian. Oleh karena itu, penulis menerima kritikan dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan di masa yang akan datang.

Jakarta, 9 September 2026



Habibah Salma Banahsan

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Habibah Salma Banahsan  
NIM : 1221001084  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada **Universitas Bakrie Hak Bebas Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Konten terhadap Niat Berdonasi melalui Intensitas Menonton pada *Live Streaming* Marapthon: The Last Tale.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 9 September 2026

Yang Menyatakan



Habibah Salma Banahsan

**PENGARUH KUALITAS KONTEN TERHADAP NIAT  
BERDONASI MELALUI INTENSITAS MENONTON PADA *LIVE*  
*STREAMING* MARAPTHON: THE LAST TALE**

Habibah Salma Banahsan

**ABSTRAK**

Perkembangan konten media sosial telah mengubah cara penonton ketika menonton konten digital. Dengan terciptanya *live streaming* maka audiens dapat menikmati konten digital dengan unsur komunikasi dua arah, kemudian berkembang menjadi *live streaming* marathon berbasis “subathon”. Fenomena ini ditunjukkan oleh *live streaming* Marapthon: The Last Tale, melalui konten beragam dan interaktif telah berhasil menarik banyak perhatian audiens. Pengaruh Kualitas Konten terhadap Niat Berdonasi melalui Intensitas Menonton menjadi tujuan dari penelitian ini. Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan dengan teknik purposive sampling melalui penyebaran kuesioner kepada penonton *live streaming* Marapthon: The Last Tale. Analisis jalur dalam penelitian ini untuk analisis data dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berdonasi dan juga terhadap Intensitas Menonton. Intensitas Menonton juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berdonasi dan mampu memediasi pengaruh Kualitas Konten terhadap Niat Berdonasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa niat audiens untuk berdonasi selama *live streaming* dipengaruhi oleh kualitas pengalaman menonton yang diperoleh secara konsisten dari konten yang disajikan selama *live streaming*.

Kata kunci:

Kualitas Konten, Intensitas Menonton, Niat Berdonasi, Live Streaming, Analisis Jalur.

***THE INFLUENCE OF CONTENT QUALITY ON DONATION  
INTENTION THROUGH VIEWING INTENSITY IN THE LIVE  
STREAMING MARAPTHON: THE LAST TALE***

Habibah Salma Banahsan

***ABSTRACT***

*The development of social media content has changed the way viewers consume digital content. With the creation of live streaming, audience can enjoy digital content that involves two-way communication, which has since evolved into the “subathon” live streaming marathon. The live streaming Marapthon, which has successfully engaged a significant audience due to its diverse and interactive content, explain this phenomenon. This study aims to examine what Content Quality influence the Donation Intention due to Viewing Intensity. This study distributed questionnaires to viewers of the Marapthon live stream using a quantitative method with purposive sampling. Path Analysis was used to examine the data using SPSS version 25. The results showed that Content Quality are positively and significantly influenced on Donation Intention and on Viewing Intensity. Additionally, Viewing Intensity mediates the influence of Content Quality on Donation Intention and has a positive and significant influence on Donation Intention. This study concludes that the quality of the viewing experience consistently based on the content presented during the live stream influences the audience’s intention to donate.*

*Keywords:*

*Content Quality, Viewing Intensity, Donation Intention, Live Streaming, Path Analysis.*

## DAFTAR ISI

|                                                                   |      |
|-------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....                             | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                          | ii   |
| KATA PENGANTAR .....                                              | iii  |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....                    | v    |
| ABSTRAK .....                                                     | vi   |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                             | vii  |
| DAFTAR ISI .....                                                  | viii |
| DAFTAR TABEL .....                                                | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                               | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                           | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                          | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                         | 6    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                       | 6    |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                       | 6    |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis .....                                      | 6    |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                                       | 7    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                                     | 8    |
| 2.1 Landasan Teori.....                                           | 8    |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran .....                                   | 8    |
| 2.1.2 <i>Perceived Quality</i> .....                              | 10   |
| 2.1.3 Kualitas Konten.....                                        | 12   |
| 2.1.4 Intensitas Menonton .....                                   | 14   |
| 2.1.5 Niat Berdonasi.....                                         | 16   |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                                    | 19   |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                                      | 21   |
| 2.4 Hubungan Antar Variabel.....                                  | 21   |
| 2.4.1 Hubungan Kualitas Konten terhadap Niat Berdonasi .....      | 21   |
| 2.4.2 Hubungan Kualitas Konten terhadap Intensitas Menonton ..... | 21   |
| 2.4.3 Hubungan Intensitas Menonton terhadap Niat Berdonasi .....  | 22   |

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.4.4 Hubungan Kualitas Konten terhadap Niat Berdonasi melalui Intensitas Menonton..... | 22 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian.....                                                           | 23 |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                                                         | 24 |
| 3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian .....                                              | 24 |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....                                                           | 25 |
| 3.2.1 Populasi.....                                                                     | 25 |
| 3.2.2 Sampel .....                                                                      | 25 |
| 3.2.3 Teknik <i>Sampling</i> .....                                                      | 26 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data.....                                                        | 27 |
| 3.3.1 Data Primer .....                                                                 | 27 |
| 3.3.2 Data Sekunder .....                                                               | 28 |
| 3.4 Teknik Pengukuran Data .....                                                        | 28 |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....                                                          | 29 |
| 3.5.1 Uji Asumsi Klasik .....                                                           | 29 |
| 3.5.2 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....                                     | 30 |
| 3.5.3 Uji Hipotesis .....                                                               | 31 |
| 3.6 Teknik Keabsahan Data.....                                                          | 32 |
| 3.6.1 Uji Validitas .....                                                               | 32 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....                                                            | 33 |
| 3.7 Operasionalisasi Variabel .....                                                     | 34 |
| 3.7.1 Operasionalisasi Variabel X Kualitas Konten .....                                 | 34 |
| 3.7.2 Operasionalisasi Variabel M Intensitas Menonton .....                             | 35 |
| 3.7.3 Operasionalisasi Variabel Y Niat Berdonasi .....                                  | 36 |
| 3.8 Hasil Uji Coba Keabsahan Data.....                                                  | 37 |
| 3.8.1 Hasil Uji Coba Validitas .....                                                    | 37 |
| 3.8.2 Hasil Uji Coba Reliabilitas .....                                                 | 40 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....                                                       | 41 |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                                                              | 41 |
| 4.1.1 Hasil Uji Validitas .....                                                         | 41 |
| 4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas .....                                                      | 43 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden.....                                                      | 43 |
| 4.1.4 Uji Asumsi Klasik .....                                                           | 50 |

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1.5 Uji Hipotesis .....                                                                  | 55 |
| 4.2 Pembahasan.....                                                                        | 59 |
| 4.2.1 Pengaruh Kualitas Konten terhadap Niat Berdonasi .....                               | 59 |
| 4.2.2 Pengaruh Kualitas Konten terhadap Intensitas Menonton.....                           | 61 |
| 4.2.3 Pengaruh Intensitas Menonton terhadap Niat Berdonasi.....                            | 63 |
| 4.2.4 Pengaruh Kualitas Konten terhadap Niat Berdonasi melalui Intensitas<br>Menonton..... | 65 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....                                                            | 69 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                       | 69 |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian .....                                                          | 70 |
| 5.3 Saran.....                                                                             | 71 |
| 5.3.1 Saran Praktis .....                                                                  | 71 |
| 5.3.2 Saran Akademis.....                                                                  | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                       | 73 |
| LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....                                                       | 78 |
| LAMPIRAN II JAWABAN KUESIONER .....                                                        | 83 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                     | 19 |
| Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Konten .....               | 34 |
| Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Intensitas Menonton .....           | 35 |
| Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Niat Berdonasi .....                | 36 |
| Tabel 3. 4 Hasil Uji Coba Validitas .....                                | 37 |
| Tabel 3. 5 Hasil Uji Coba Reliabilitas .....                             | 40 |
| Tabel 4. 1 Uji Validitas .....                                           | 41 |
| Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas .....                                        | 43 |
| Tabel 4. 3 Tabulasi Frekuensi Berdasarkan Usia .....                     | 44 |
| Tabel 4. 4 Tabulasi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin .....            | 44 |
| Tabel 4. 5 Tabulasi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan .....                | 45 |
| Tabel 4. 6 Tabulasi Frekuensi Berdasarkan Frekuensi Menonton .....       | 45 |
| Tabel 4. 7 Tabulasi Frekuensi Berdasarkan Durasi Menonton .....          | 46 |
| Tabel 4. 8 Tabulasi Frekuensi Berdasarkan Pengetahuan Fitur Donasi ..... | 47 |
| Tabel 4. 9 Crosstab Niat Berdonasi Berdasarkan Jenis Kelamin .....       | 47 |
| Tabel 4. 10 Crosstab ND dan IM Berdasarkan Durasi Menonton .....         | 48 |
| Tabel 4. 11 Crosstab Niat Berdonasi Berdasarkan Pekerjaan .....          | 49 |
| Tabel 4. 12 Crosstab Dimensi KK Berdasarkan Durasi Menonton .....        | 49 |
| Tabel 4. 13 Crosstab Dimensi IM Berdasarkan Dimensi ND .....             | 50 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas (Variabel Intensitas Menonton) .....    | 50 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Monte Carlo (Variabel Intensitas Menonton) .....   | 51 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas (Variabel Niat Berdonasi) .....         | 51 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Monte Carlo (Variabel Niat Berdonasi) .....        | 52 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas .....                            | 52 |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas .....                            | 53 |
| Tabel 4. 20 Hasil Uji Heterokedastisitas .....                           | 53 |
| Tabel 4. 21 Hasil Uji Heterokedastisitas .....                           | 54 |
| Tabel 4. 22 Hasil Uji Robust Standard Errors .....                       | 54 |
| Tabel 4. 23 Hasil Uji t (Persamaan 1) .....                              | 55 |
| Tabel 4. 24 Hasil Uji t (Persamaan 2) .....                              | 55 |
| Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Persamaan 1) .....          | 56 |
| Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi (persamaan 2) .....          | 56 |
| Tabel 4. 27 Persamaan Jalur Model Pertama .....                          | 57 |
| Tabel 4. 28 Persamaan Jalur Model Kedua .....                            | 57 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Peak Viewers Maraphthon .....           | 2  |
| Gambar 1.2 Kritik dari Pengguna Media Sosial ..... | 3  |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....                 | 21 |
| Gambar 3.1 Gambaran Analisis Jalur .....           | 31 |
| Gambar 4. 1 Analisis Jalur (Path Analysis).....    | 58 |