

**PENGARUH *EASE OF USE* DAN *GRATIFICATION SOUGHT*  
TERHADAP *GRATIFICATION OBTAINED SOCIAL*  
*NETWORKING SITE (SNS) LINKEDIN***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen**



**Aldika Sopian**

**1161001082**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2020**

## 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** : Aldika Sopian

**NIM** : 1161001082

**Tanda Tangan** : 

**Tanggal** : 25 Agustus 2020

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aldika Sopian

NIM : 1161001082

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh *Ease of Use* dan *Gratification Sought* Terhadap *Gratification Obtained Social Networking Site* (SNS) LinkedIn.

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

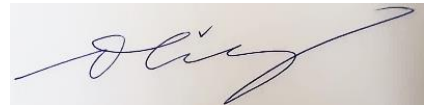
### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D.



Muchsin

Penguji 1 : Holila Hatta, S.Pd., M.M.



Penguji 2 : Dr. Ir. Deddy Herdiansjah, M.sc., MBA.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 30 Agustus 2020

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pada Pengguna LinkedIn dengan Menggunakan *Uses and Gratification Theory* (UGT). Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan berkat doa, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Dengan tulus dan penuh rasa hormat, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Muchsin Saggaf Shihab, SE., M.Sc., M.B.A., Ph.D. selaku pembimbing yang telah bersedia membimbing, memberikan ide, nasihat, serta semangat dalam penulisan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M dan Dr. Ir. Deddy Herdiansjah, M.sc., MBA selaku dosen penguji sidang akhir.
3. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah banyak memberikan bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi penulis dari awal semester hingga akhir.
4. Kedua orang tua tercinta (Ayah dan Mamah), dan adik tersayang serta saudara-saudara yang selalu memberikan perhatian, semangat dan doa serta dukungan selama ini.
5. Para sahabat Inggrid, Antin, Alfilia, Yunita, Teresa, Dimas, Iqbal, dan Bagus yang terus memberikan motivasi, doa, dan memberikan dukungan atas terselesaikannya Tugas Akhir ini.
6. Para teman-teman perkuliahan, Erika, Roby, Fadilla, Dhani, Nureza, Cahaya, Dimas, Aldo, Hery, Nadya, Alivia, dan Regina yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doanya.
7. Seluruh Mahasiswa Program Studi Manajemen karena sudah berbagi dukungan dan semangat dalam menyelesaikan perkuliahan.

8. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan doa kepada penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan di dalam penulisan Tugas Akhir ini dan penulis berharap dengan terselesaikannya Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca nya.

Jakarta, 25 Agustus 2020



Aldika Sopian

## HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI

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

Nama : Aldika Sopian  
NIM : 1161001082  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

**PENGARUH *EASE OF USE* DAN *GRATIFICATION SOUGHT* TERHADAP  
*GRATIFICATION OBTAINED SOCIAL NETWORKING SITE (SNS)*  
LINKEDIN**

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 selamat 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 : 25 Agustus 2020

Yang menyatakan



(Aldika Sopian)

**PENGARUH *EASE OF USE* DAN *GRATIFICATION SOUGHT* TERHADAP  
*GRATIFICATION OBTAINED* SOCIAL NETWORKING SITE (SNS)**

**LINKEDIN**

**Aldika Sopian**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pada situs jejaring sosial untuk profesional dan bisnis LinkedIn. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori *technology acceptance model* untuk variabel kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan teori *uses and gratification* untuk variabel motif (*gratification sought*) dan kepuasan (*gratification obtained*). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna aktif jejaring sosial LinkedIn yang telah menggunakan LinkedIn lebih dari satu tahun di Jakarta, dengan menggunakan teknik survey melalui penyebaran kuesioner sebanyak 130 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah uji analisis linier berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *gratification sought* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *gratification obtained* dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap *gratification obtained*

**Kata Kunci:** Kemudahan Penggunaan, Gratification Sought, Gratification Obtained, LinkedIn

**THE INFLUENCE OF THE EASE OF USE AND GRATIFICATION SOUGHT  
TOWARD THE GRATIFICATION OBTAINED OF SOCIAL NETWORKING  
SITE (SNS) LINKEDIN**

**Aldika Sopian**

---

**ABSTRACT**

*The objectives of the study were to find out the satisfaction toward social networking sites for professional and business LinkedIn. The researcher used the technology acceptance model theory for the ease of use variable and the uses and gratification theory for gratification sought and gratification obtained variable. This study was a quantitative design that used an analytical descriptive. The population of the research was active LinkedIn users that have used LinkedIn for more than one year in Jakarta. This study used the survey technique by distributing the questionnaire to 130 respondents. To analyze the data the researcher used multiple regression analysis. The result of the study showed that gratification sought had no statistically significant influence toward gratification obtained and it showed that the ease of use had a positive influence toward gratification obtained.*

**Keywords:** *The Ease of Use, Gratification Sought, Gratification Obtained, LinkedIn*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMA JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	16
1.2 Perumusan Masalah.....	24
1.3 Tujuan Penelitian.....	24
1.4 Manfaat Penelitian.....	25
1.4.1 Manfaat Akademis.....	25
1.4.2 Manfaat Praktis.....	25
1.5 Batasan Masalah.....	25

### **BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

2.1 <i>Customer Satisfaction</i> .....	27
2.2.1 <i>Uses and Gratification</i> .....	29
2.2.2 <i>Motif (Gratification Sought)</i> .....	32

2.2.3 Kepuasan ( <i>Gratification Obtained</i> ) .....	34
2.2 <i>Technology Acceptance Model</i> .....	35
2.2.1 Kemudahan Penggunaan ( <i>Ease of Use</i> ).....	37
2.3 Penelitian Terdahulu.....	39
2.4 Kerangka Pemikiran .....	43
2.5 Hipotesis Penelitian.....	43
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	44
2.6.1 Hubungan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan ( <i>gratification obtained</i> ) .....	44
2.6.2 Hubungan motif ( <i>gratification sought</i> ) terhadap kepuasan ( <i>gratification obtained</i> ).....	44
2.6.3 Hubungan kemudahan penggunaan dan motif ( <i>gratification sought</i> ) terhadap kepuasan ( <i>gratification obtained</i> ).....	45

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Tipe Penelitian.....	46
3.2 Populasi dan Sampel.....	46
3.2.1 Populasi.....	46
3.2.2 Sampel .....	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.4 Sumber Data .....	48
3.4.1 Data Primer .....	48
3.4.2 Data Sekunder.....	48
3.5 Definisi Operasional .....	49
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	53
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	54

3.6.2 Analisis Inferensial .....	54
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	55
3.7.1 Uji Multikolinearitas.....	55
3.7.2 Uji Normalitas.....	55
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas .....	55
3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	56
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
3.8.3 Uji F .....	57
3.8.4 Uji T .....	58
3.8.5 Koefisiensi Determinasi.....	58
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	60
4.1.1 Karakteristik Responden.....	63
4.1.2 Uji Validitas dan Reabilitas .....	66
4.2 Analisis Deskriptif.....	68
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	69
4.3.1 Uji Normalitas.....	70
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	71
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	72
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
4.5.1 Uji T (Parsial) .....	75
4.4 Pembahasan .....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
5.1 Simpulan.....	80

5.2 Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	61
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas 30 Responden .....	63
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif.....	65
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.5 Model Regresi Linier Berganda.....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet .....	17
Gambar 1.2 Media Sosial yang Sering Digunakan 2020 .....	18
Gambar 1.3 Peringkat Negara Pengguna LinkedIn.....	19
Gambar 2.1 <i>Uses and Gratification Model</i> .....	31
Gambar 2.2 <i>Technology Acceptence Model</i> .....	36
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4.1 <i>Profile</i> .....	58
Gambar 4.2 <i>My Network</i> .....	58
Gambar 4.3 <i>Jobs</i> .....	59
Gambar 4.4 <i>Massage</i> .....	59
Gambar 4.5 <i>Home</i> .....	60
Gambar 4.6 <i>Notification</i> .....	60
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	67
Gambar 4.8 Heteroskedastisitas .....	69