

## Analisis Kualitas Website Dan Hedonis Terhadap Niat Menonton Masyarakat Di Youtube

Muhammad Rizki Saputra<sup>1</sup>, Setiawan Assegaff<sup>2</sup>, Eni Rohaini<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Ilmu Komputer, Sistem Informasi, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia

<sup>2</sup> Ilmu Komputer, Sistem Informasi, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia

<sup>3</sup> Ilmu Komputer, Teknik Informatika, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[saputrarizky24@gmail.com](mailto:saputrarizky24@gmail.com), <sup>2</sup>[setiawanassegaff@yahoo.com](mailto:setiawanassegaff@yahoo.com), <sup>3</sup>[eni\\_rohaini@yahoo.com](mailto:eni_rohaini@yahoo.com)

Email Penulis Korespondensi: [eni\\_rohaini@yahoo.com](mailto:eni_rohaini@yahoo.com)

Artikel Info :

Artikel History :

Submitted : 24-08-2024

Accepted : 25-09-2024

Published : 30-09-2024

**Kata Kunci:**

Kualitas Website,  
Hedonis, Niat Menonton,  
Webqual, YouTube

**Keywords:**

Website Quality,  
Hedonis, Intention to  
Watch, Webqual,  
YouTube

**Abstrak**– Dengan banyaknya video yang di upload baru - baru ini di YouTube serta fasilitas yang diberikan dan pengaruhnya terhadap penonton, sehingga dalam penelitian ini akan mengetahui dan menganalisis permasalahan tentang pengaruh dari Kualitas Website dan Hedonis terhadap Niat Menonton Masyarakat di YouTube, apakah kualitas website dan hedonis akan mempengaruhi niat menonton. Metode penelitian yang digunakan adalah Webqual. Dari hasil uji F, maka faktor kualitas website dan Hedonis secara simultan memberikan dampak yang signifikan terhadap Niat Menonton Masyarakat di YouTube, hal itu berdasarkan fakta bahwa nilai uji F memiliki nilai sig.  $0.00 < 0.05$ . Dari hasil uji R Square, berdasarkan Output yang di dapat diketahui nilai R square sebesar 0,579, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 (Kualitas Website) dan X2 (Hedonis) secara simultan terhadap variabel Y (Niat Menonton) adalah sebesar 57,9% atau dibulatkan menjadi 58%.

**Abstract**– With the many videos uploaded recently on YouTube as well as the facilities provided and their influence on the audience, so in this study will find out and analyze problems about the influence of Website Quality and Hedonist on Intention to Watch Society on YouTube, whether the quality of the website and hedonists will affect the intention to watch. The research method used is Webqual. From the results of the F test, the website quality factors and Hedonis simultaneously have a significant impact on the intention of Watching Society on YouTube, it is based on the fact that the F test value has a sig value.  $0.00 < 0.05$ . From the results of the R Square test, based on Output, it can be seen that the R square value is 0.579, this means that the influence of variables X1 (Website Quality) and X2 (Hedonis) simultaneously on variable Y (Intention of Watch) is 57.9% or rounded up to 58%.

### 1. PENDAHULUAN

Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. kecanggihan teknologi saat ini yang makin fleksibel, mudah, cepat dan efisien dapat menggiring manusia mengakibatkan cara komunikasi pun semakin maju dan canggih. Di era jaman modern ini media massa mempunyai peran sebagai sumber informasi. Media massa yang sedang berkembang pesat di internet salah satunya adalah YouTube, dikenal sebagai alat komunikasi yang berperan besar dalam menyampaikan sejumlah informasi, hiburan, budaya, politik dan aspirasi dalam bentuk video. YouTube adalah media massa yang selalu mengikuti perkembangan informasi terkini, sehingga youtube dapat menciptakan suatu trend yang sedang digemari dan di tonton oleh masyarakat sekarang ini.

YouTube begitu banyak menawarkan tayangan yang menarik dan atraktif. Membuatnya menjadi sangat populer, mengingat acara televisi yang hanya itu-itu saja dan terkesan tak menarik lagi. Apalagi pihak televisi lokal hanya menawarkan acara dengan rating semata sehingga justru mengabaikan kebutuhan penonton dari berbagai rentang usia. Mutunya yang kian menurun ini membuat posisi televisi sebagai media yang paling terdepan dalam memberikan informasi mulai tergeser. Salah satunya penggantinya adalah YouTube, YouTube sendiri berusaha memberikan kualitas website yang baik bagi penggunaannya agar YouTube selalu ada di hati penggunaannya seperti kemudahan menggunakan fitur di YouTube, pencarian video, mengubah ukuran atau setelan video yang akan ditonton, mengubah informasi video yang akan di upload, dan lain-lain.

Video atau tontonan yang ditayangkan di YouTube terkadang sering menjadi kesenangan atau kebahagiaan seseorang dalam mencari suatu hiburan multimedia dan itu dianggap baik, sesuai dengan kesenangan atau kebahagiaan yang didatangkannya, serta hal itu bisa membuat seseorang ketergantungan untuk mengaksesnya karena telah ada hedonisme pada diri seseorang terhadap video atau tontonan yang diperlihatkan di YouTube. YouTube kini hampir digunakan oleh seluruh masyarakat tidak hanya menjadi sarana hiburan, tapi sarana pendidikan dan lainnya. Pada saat ini channel yang ada di dunia YouTube berlomba-lomba menayangkan berbagai macam konten video yang dikemas semenarik mungkin untuk masyarakat tetapi lupa akan dampak positif atau negative terhadap penontonnya sehingga berpengaruh terhadap kualitas tontonan masyarakat. Namun pada akhirnya YouTube-lah media massa yang paling berpengaruh dan banyak diakses orang di internet karena

banyaknya konten video yang tersedia di YouTube sehingga masyarakat merasa lebih senang dan bahagia untuk mengakses YouTube sebagai salah satu hiburan.

Lalu tahun 2018, sedikitnya ada 4,3 juta video yang berhasil diunggah ke platform di YouTube yang pada tahun sebelumnya sebanyak 4.1 juta video, mengalahkan sejumlah sosial media lainnya mulai dari jumlah pencarian di Google dan login ke akun Facebook. Tak heran bila beragam jenis konten video bisa kita temukan di YouTube[1]. Sehingga dengan kualitas website yang diberikan YouTube serta hedonis masyarakat terhadap YouTube dan banyaknya video yang diunggah pada tahun ini dapat mempengaruhi niat menonton masyarakat dari banyaknya video yang tersebar di YouTube.

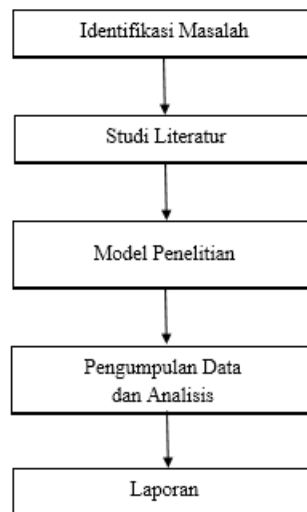
Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengambil judul "Analisis Kualitas Website Dan Hedonis Terhadap Niat Menonton Masyarakat Di Youtube "

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Berikut adalah metodologi penelitian yang disusun oleh peneliti :

### 2.1 Diagram Alur Penelitian

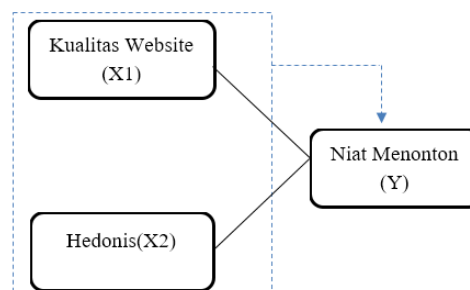
Untuk mempermudah proses pemahaman dari alur penelitian ini, maka peneliti merumuskan kerangka pikir dengan model pada **gambar 1**.



**Gambar 1. Diagram Alur Penelitian**

### 2.2 Model Penelitian

Peneliti merumuskan variabel independen dan variabel dependen dengan model pada **gambar 2** :



**Gambar 2. Metode Penelitian**

### 2.3 Pengumpulan Data

#### 2.3.1 Responden

Pengumpulan data dilakukan dengan distribusi langsung kepada reponden. Untuk kegiatan pre-test ini, Sebanyak 21 butir pernyataan di ajukan dalam kuesioner ini. Kuesioner kemudian disebarakan kepada pengguna

YouTube di dapat Sebanyak 120 responden untuk memberikan respon kedalam kuesioner dinyatakan valid. Adapun responden yang berpartisipasi dalam survei ini terdiri atas laki-laki 41% dan perempuan 59% yang berasal dari pengguna YouTube

### 2.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam kuesioner terdapat pertanyaan, pernyataan dan isian yang harus dijawab oleh responden. Jawaban yang diberikan bisa bersifat tertutup dimana alternatif jawaban telah disediakan oleh peneliti dan ada juga jawaban terbuka dimana responden bebas menuliskan jawabannya tanpa adanya paksaan maupun jawaban yang berasal dari kombinasi keduanya yang merupakan campuran dari jawaban tertutup dan terbuka.

### 2.3.3 Skala Likert

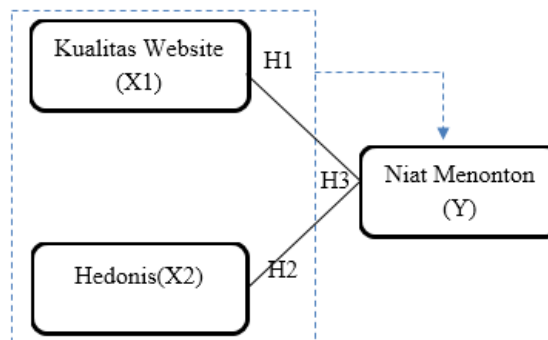
Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Dimana responden diminta memilih salah satu dari lima alternatif jawaban yang disediakan dengan alternatif jawaban tersebut memiliki nilai 1 – 5. Dengan pedoman sebagai berikut pada **tabel 3.1**

**Tabel 1 Pernyataan Positif dan Negatif**

Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju (SS) = 5	Sangat Setuju (SS) = 1
Setuju (S)= 4	Setuju (S)= 2
Netral (N) = 3	Netral (N) = 3
Tidak Setuju (TS) = 2	Tidak Setuju (TS) = 4
Sangat Tidak Setuju (STS) = 1	Sangat Tidak Setuju (STS) = 5

### 2.4 Pengembangan Model Penelitian dan Hipotesis

Dalam penelitian ini penulis merumuskan variabel independen dan variabel dependen terhadap YouTube dengan model penelitian pada **gambar 3** :



**Gambar 3. Model Penelitian dan Hipotesis**

Berdasarkan variabel yang terdapat dalam judul seperti kualitas website, hedonis, dan niat menonton, Adapun penjelasan dan pengajuan hipotesis yang ada pada model penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Kualitas website

Kualitas informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keperluan pengguna, akan menumbuhkan suatu tingkat kepuasan bagi pengguna itu sendiri. Kualitas sistem dan kualitas informasi tunggal dapat berdampak terhadap Penggunaan atau pengoperasian dan Kepuasan Pengguna. Selain itu, jumlah yang dapat di gunakan dapat berdampak derajat kepada pengguna baik Kepuasan-positif atau negatif-sebagai serta sebaliknya menjadi benar. Pengguna dan Kepuasan adalah suatu dampak keterkaitan langsung secara individu dan terakhir akan berdampak terhadap kinerja individu.

H1 : *Kualitas website secara parsial berpengaruh positif terhadap Niat Menonton masyarakat di YouTube.*

## 2. Hedonis

Hedonis merupakan nilai yang mengarahkan individu untuk mencapai kesenangan atau menikmati hidup menurut suatu hal yang dianggap dapat memuaskan diri sendiri. Pola hidup seperti ini berpandangan bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. Bagi para penganut paham ini, bersenang-senang, pesta for a adalah tujuan utama hidup, entah itu menyenangkan bagi orang lain atau tidak.

H2 : *Hedonis secara parsial berpengaruh positif terhadap Niat Menonton masyarakat di YouTube.*

## 3. Niat Menonton

Niat menonton merupakan keinginan seseorang untuk melihat suatu pertunjukan secara langsung maupun tidak langsung untuk mendapatkan informasi maupun hiburan.

H3 : *Kualitas Website dan Hedonis secara secara simultan berpengaruh positif terhadap Niat Menonton masyarakat di YouTube.*

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil Pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti :

### 3.1 Deskripsi Data

Analisis deskriptif dari hasil keseluruhan data ada dalam tabel di bawah ini, survei disebarikan secara online dari tanggal 11 November 2018 hingga 30 November 2018 dengan mencapai 120 responden. Proporsi responden berdasarkan yang di dapat saat penyebaran kuesioner pekerjaan dibagi menjadi 7 kategori, di mana Mahasiswa/i, PNS, Swasta, Pelajar, Wirausaha, Asisten Labor, dan Tidak Bekerja. Jumlah tertinggi responden adalah Mahasiswa. Analisa lebih lengkapnya tercantum pada **tabel 2**.

**Tabel 2. Tabel Frekuensi Pekerjaan**

Pekerjaan	Total
Mahasiswa/i	84
PNS	18
Swasta	8
Pelajar	6
Wirausaha	2
Asisten Labor	1
Tidak Bekerja	1
	<b>120</b>

Dari 120 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, dimana persentase perempuan lebih besar dibandingkan dengan laki – laki. Analisa tercantum pada **tabel 3**.

**Tabel 3. Frekuensi Jenis Kelamin**

Jenkel	Total	%
Laki - laki	49	40,83333333
Perempuan	71	59,16666667
	<b>120</b>	<b>100</b>

Dari data umur yang didapat, usia dibawah 20 tahun lebih banyak mengunjungi YouTube dan di ikuti usia 21 – 35 tahun, untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada **tabel 4**.

**Tabel 4. Frekuensi Rentang Usia**

Usia	Total	%
Di bawah 20	71	59,16667
21 – 35	41	34,16667
36 – 40	2	1,66667

41 – 45	3	2,5
45 – 50	2	1,666667
Diatas 50	1	0,833333
	<b>120</b>	<b>100</b>

## 3.2 Hasil Uji Instrument

### 3.2.1 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

Pada tabel Reliability Statistics, lihat nilai Cronbach's Alpha Based on Standardized Items, nilai tersebut merupakan nilai reliabilitas tes secara keseluruhan, semakin besar nilainya berarti semakin reliabel. Pada tabel di bawah, bisa dilihat nilai nilai Cronbach's Alpha if Item Deleted, nilai tersebut adalah nilai validitas butir. selengkapnya bisa dilihat pada tabel berikut

**Tabel 5. Reliabilitas**

No	Variabel	R Alpha	Kriteria
1.	(X1) Kualitas Website	0,851	Reliabel
2.	(X2) Hedonis	0,891	Reliabel
3.	(Y) Niat Menonton	0,886	Reliabel

Pada tabel Reliability Statistics di setiap variabel, bisa di lihat nilai Cronbach's Alpha Based on Standardized Items, Jika nilai tersebut > R tabel 0.179. Berarti Tes Secara Keseluruhan Reliabel[9]. Pada tabel di bawah, bisa dilihat nilai scale Corrected Item-Total Correlation, nilai tersebut adalah nilai validitas butir. selengkapnya bisa dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 6. Validitas Butir X1 (Kualitas Website)**

Butir	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Kriteria
p1	0,435	0.179	Valid
p2	0,467	0.179	Valid
p3	0,524	0.179	Valid
p4	0,680	0.179	Valid
p5	0,720	0.179	Valid
p6	0,704	0.179	Valid
p7	0,594	0.179	Valid

**Tabel 7. Validitas Butir X2 (Hedonis)**

Butir	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Kriteria
p1	0,699	0.179	Valid
p2	0,707	0.179	Valid
p3	0,765	0.179	Valid
p4	0,459	0.179	Valid
p5	0,731	0.179	Valid
p6	0,694	0.179	Valid
p7	0,568	0.179	Valid

**Tabel 8. Validitas Butir Y (Niat Menonton)**

Butir	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Kriteria
p1	0,673	0.179	Valid
p2	0,690	0.179	Valid
p3	0,739	0.179	Valid
p4	0,600	0.179	Valid
p5	0,699	0.179	Valid

p6	0,661	0.179	Valid
p7	0,526	0.179	Valid

Pada tabel Item-Total Statistic di setiap variabel, jika nilai Corrected Item-Total Correlation > R tabel (0.179), maka pernyataan kuesioner tersebut valid.

### 3.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.3.1 Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas tercantum pada tabel.

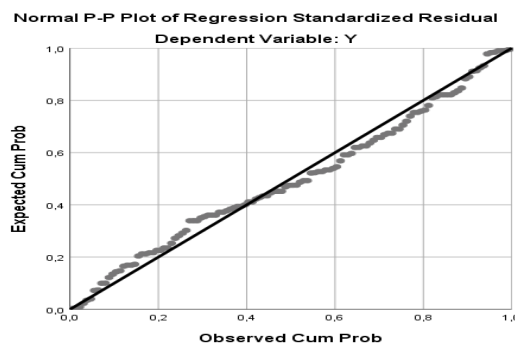
Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

Descriptive Statistics					
	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Predicted Value	120	,090	,221	-,573	,438
Valid N (listwise)	120				

Normal tidaknya data ditemukan ketika skewness dan kurtosis statistik dibagi dengan standard error dari skewness dan kurtosis statistik juga. Dari tabel di atas, di sini adalah rasio:

Rasio skewness adalah  $-0,090 / 0,221 = 0,407$  dan rasio kurtosis adalah  $0,573 / 0,438 = 1,308$ .

Nilai-nilai rasio adalah di antara -2 dan +2, berarti bahwa data tersebut sudah baik dimodelkan dengan distribusi normal[10].



Gambar 4. P-Plot

Pada gambar P-Plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 3.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas tercantum pada tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,300	1,970		2,183	,031		
	Kualitas Website	,270	,077	,244	3,500	,001	,742	1,347
	Hedonis	,539	,062	,608	8,726	,000	,742	1,347

Untuk mengetahui gejala multikolinearitas dalam sampel, untuk mengidentifikasinya dari VIF, tidak ada variabel memiliki VIF lebih dari 10 (Duwi, 2014), itu berarti bahwa semua variabel yang digunakan sudah bebas dari masalah multikolinearitas. Kualitas website memiliki VIF dari 1,347, itu adalah antara 0 dan 10 sehingga

bebas dari masalah multikolinearitas dan variabel hedonis memiliki VIF dari 1,347 dan juga antara 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data yang variabel telah bebas dari masalah multikolinearitas.

### 3.3.3 Hasil Uji Heterokedastitas

Prosedur menjalankan tes Glejser di SPSS hasil pada tabel di bawah, tes ini dapat mendeteksi gejala heteroskedastisitas dari nilai signifikasi yang tercantun pada **tabel 11**.

**Tabel 11. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,715	1,286		,556	,579
	Kualitas Website	-,032	,050	-,066	-,628	,531
	Hedonis	,078	,040	,204	1,935	,055

a. Dependent Variable: RES2

Dari hasil tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh sudah pasti bebas dari masalah heteroskedastisitas karena nilai signifikan masing-masing variabel independen lebih dari 0,05. Semua nilai signifikasi dari 2 variabel lebih dari 0,05 sehingga tidak ada ketimpangan varians dari residual dari pengamatan satu dengan pengamatan lainnya dan disimpulkan bahwa data yang ada bebas dari heteroskedastisitas.

### 3.3.4 Hasil Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi tercantun pada **tabel 12**.

**Tabel 12. Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,761 <sup>a</sup>	,579	,572	2,618	1,766

a. Predictors: (Constant), Hedonis, Kualitas Website  
 b. Dependent Variable: Niat Menonton

Menurut temuan SPSS, nilai Durbin-Watson pada menunjukkan 1,766. Jika angka ini dikategorikan sesuai dengan kriteria yang ada pada Kriteria Test Durbin Watson, angka tersebut adalah antara 1,65 dan 2,35 maka dapat disimpulkan karena tidak ada gejala Autokorelasi dalam data yang didapat pada table diatas. Ini juga berarti bahwa hal kesalahan residual dari pengamatan variabel yang sama pada waktu yang berbeda tidak berkorelasi.

## 3.4 Analisis Regresi Berganda

### 3.4.1 Pengujian Hipotesis H1 dan H2 dengan Hasil Uji t

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: Kualitas Website (X1) dan Hedonis (X2) terhadap Niat Menonton (Y). Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y = Variabel Dependen (Niat Menonton)

$\alpha$  = Konstanta

X1,X2 = Variabel Indendenpenden(Kualitas Website, Hedonis)

H1 = Terdapat pengaruh Kualitas Website(X1) terhadap Niat Menonton (Y).

H2 = Terdapat pengaruh Hedonis(X2) terhadap Niat Menonton (Y).

H3 = Terdapat pengaruh Kualitas Website(X1) dan Hedonis(X2) secara simultan terhadap Niat Menonton(Y).

**Tabel 13. Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,300	1,970		2,183	,031
	Kualitas Website	,270	,077	,244	3,500	,001
	Hedonis	,539	,062	,608	8,726	,000

a. Dependent Variable: Niat Menonton

Persamaan regresi yang di dapat adalah :

$$Y=(4,300) + 0,270 X1 + 0.539 X2$$

### 3.4.2 Pengujian H1

Diketahui nilai untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,500 > 1,981$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

### 3.4.3 Pengujian H2

Diketahui nilai untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $8,726 > 1,981$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

### 3.4.4 Pengujian H3 dengan Hasil uji F

F-Test atau Analysis of Variance (ANOVA) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model yang memberikan kontribusi signifikan terhadap variabel dependen atau tidak secara simultan/bersamaan. Berikut adalah temuan dari SPSS untuk F-test pada **tabel 14**.

**Tabel 14. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1102,161	2	551,080	80,424	,000 <sup>b</sup>
	Residual	801,706	117	6,852		
	Total	1903,867	119			

a. Dependent Variable: Niat Menonton

b. Predictors: (Constant), Hedonis, Kualitas Website

Dalam tabel Anova memperlihatkan informasi tentang berpengaruh atau tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama). Pengujian H3, Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $80,424 > 3,07$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

### 4.4.4 Koefisien Determinasi, R<sup>2</sup>

R<sup>2</sup> adalah untuk menentukan seberapa kuat dan signifikan dampak variabel independen terhadap variabel dependen, tabel di bawah ini akan menjelaskan temuan dari SPSS secara lebih rinci pada **tabel 15**.



Tabel 15. R Square

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,761 <sup>a</sup>	,579	,572	2,61767

Model Summary, disini bisa diperoleh informasi tentang besarnya pengaruh dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh tersebut disimbolkan dengan R (korelasi). Jadi dapat disimpulkan berdasarkan output diatas diketahui nilai R square sebesar 0,579, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variable X1 dan X2 secara simultan terhadap variable Y adalah sebesar 57,9%.

## 4. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini ternyata penulis menemukan bahwa Hipotesis 1 dengan uji t terhadap Y diterima yang berarti terdapat pengaruh nilai X1 terhadap terhadap Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Website diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Website terhadap Niat Menonton dengan nilai sebesar 27%. Dalam penelitian ini ternyata penulis menemukan bahwa Hipotesis 2 dengan uji t terhadap Y diterima yang berarti terdapat pengaruh nilai X2 terhadap terhadap Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa Hedonis diterima yang berarti terdapat pengaruh Hedonis terhadap Terhadap Niat Menonton dengan nilai sebesar 53,9%. Dalam penelitian ini ternyata penulis menemukan bahwa Hipotesis 3 dengan uji F terhadap Y diterima yang berarti terdapat pengaruh nilai X1 dan X2 terhadap terhadap Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Website dan Hedonis secara simultan terhadap Niat Menonton. Dapat disimpulkan bahwa model diterima dan semua variabel independen secara simultan memberikan dampak yang signifikan terhadap variabel dependen, juga dapat dijelaskan bahwa Hipotesis 1, Hipotesis 2, dan Hipotesis 3 diterima. Maka faktor Kualitas Website dan Hedonis secara simultan memberikan dampak yang signifikan terhadap Niat Menonton masyarakat di YouTube dan nilai pengaruhnya adalah sebesar 57,9 %.

## REFERENCES

- [1] Visual Capitalist, 2018, An Internet Minute In 2018, <http://www.visualcapitalist.com/internet-minute-2018>, September 2018
- [2] Satori & Komariah., 2009, Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta. [3] A. S. Pradipta and N. Adi, "Perancangan dan implementasi survei kepuasan pengunjung berbasis," vol. 15, pp. 63–71, 2017.
- [3] Sugiyono., 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- [4] Andry, Heru, dan Anang., 2015, Perancangan Entertainment Concept Art Berdasarkan Novel the Scar Karya China Mieville. Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna. <https://www.neliti.com/id/publications/80943/perancangan-entertainment-concept-art-berdasarkan-novel-the-scar-karya-china-mie>
- [5] Teguh Wahyono., 2012, Analisis Statistik Mudah dengan SPSS 20. p. 3, Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- [6] Dyah Nirmala Arum Janie., 2012, Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda dengan SPSS. Semarang University Press.
- [7] Napitupulu, D. B. J. B. P. d. T., 2016, Evaluasi kualitas website universitas XYZ dengan pendekatan webqual (Evaluation of XYZ university website quality based on Webqual approach). 14(1), 51-64. [6] D. P. Kesuma, "Analisis Pengukuran Kualitas Layanan Web Perguruan Tinggi Xyz Menggunakan Servqual," pp. 178–183, 2014.
- [8] Utama dkk., 2017, Analisis Motivasi Hedonis Seseorang Dalam Menggunakan Media Sosial: Studi Kasus Instagram. Jurnal Buana Informatika.

- [9] Dhiraj Kelly Sawlani., 2015, Pengaruh Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Oleh Konsumen Zalora Di Jakarta. Binus University Graduate Program.
- [10] Duwi Priyatno., 2011, Buku Pintar Statistik Komputer. p. 45. Yogyakarta : MediaKom.