

**Pengaruh Persepsi *Ad Intrusiveness* dan *Content Quality* terhadap
Consumer Behavior dengan Variabel Mediasi *Consumer
Satisfaction* (Studi Pada Konsumen Media Online Detikcom)**

MUHAMMAD FATHI FARHAN

1710621020



**Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana
Bisnis Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

**The Influence of Perceived Ad Intrusiveness and Content Quality
on Consumer Behavior with Consumer Satisfaction Mediating
Variables (Study on Online Media Consumers Detikcom)**

MUHAMMAD FATHI FARHAN

1710621020



**This thesis is prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Digital Business degree at the Faculty of Economics and Business State
University of Jakarta**

**DIGITAL BUSINESS STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohammad Rizan, SE, M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003 (Ketua Sidang)		17/07/25
2	Prof. Dr. Henry Eryanto, M.M. NIP.195801101983031002 (Penguji 1)		17/07/25
3	Ati Sumiati, S.Pd., MM NIP.197906102008012028 (Penguji 2)		17/07/25
4	Dr. Osly Usman, M.Bus Sys NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 1)		17/07/25
5	Adnan Kasofi, S.Pd., MBA NIP. 199107022023211023 (Pembimbing 2)		17/07/25
Nama : Muhammad Fathi Farhan No. Registrasi : 1710621020 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Lulus : Kamis, 17 Juli 2025			

*Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru*

F072020

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Osly Usman, M.Bus Sys
NIP/NIDK : 197401152008011008
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Adnan Kasofi, S.Pd., MBA
NIP/NIDK : 199107022023211023
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Muhammad Fathi Farhan
No. Registrasi : 1710621020
Program Studi : S1 Bisnis Digital
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi *Ad Intrusiveness* dan *Content Quality* Terhadap *Consumer Behavior* Dengan Variabel Mediasi *Consumer Satisfaction* (Studi Pada Konsumen Media *Online Detikcom*)

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Dosen Pembimbing I

Dr. Osly Usman, M.Bus Sys
NIP. 197401152008011008

Jakarta,

Dosen Pembimbing II

Adnan Kasofi, S.Pd., MBA
NIP. 199107022023211023

Mengetahui,
Koord. Program Studi

Dr. Ryna Parlyna, M.B.A
NIP. 197701112008122003

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya asli dan belum pernah digunakan untuk mendapat gelar sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 17 Juli 2025

A purple official stamp from Universitas Negeri Jakarta (UNJ) is visible. The stamp contains the text "UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA" and "FAKULTAS HUKUM". A handwritten signature in blue ink is written over the stamp. The signature appears to be "Muhammad Fathi Farhan".

Muhammad Fathi Farhan

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Fathi Farhan
NIM : 1710621020
Alamat email : theshadders15@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (... ..)

yang berjudul:

Pengaruh *Ad Intrusiveness* dan *Content Quality* terhadap *Consumer Behavior* dengan Variabel Mediasi *Consumer Satisfaction* (Studi Pada Konsumen Media Online Detikcom)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 Juli 2025

Penulis

Muhammad Fathi Farhan

ABSTRAK

MUHAMMAD FATHI FARHAN, Pengaruh *Ad Intrusiveness* dan *Content Quality* terhadap *Consumer Behavior* dengan Variabel Mediasi *Consumer Satisfaction* (Studi Pada Konsumen Media Online Detikcom), Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendapatkan wawasan baru dan menganalisis terkait pengaruh dari persepsi *ad intrusiveness* dan *content quality* terhadap *consumer behavior* melalui *consumer satisfaction* sebagai mediasi dengan studi pada konsumen media *online* detikcom. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui survei yang disebar dengan kuesioner secara daring, yang dilakukan terhadap 240 mahasiswa berdomisi di DKI Jakarta dengan teknik *purposive sampling*. Melalui uji analisis dengan *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan SmartPLS menunjukkan hasil bahwa *ad intrusiveness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *consumer behavior* melalui *consumer satisfaction* secara langsung maupun tidak langsung. Kemudian *content quality* juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *consumer behavior* melalui *consumer satisfaction* secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu, *consumer satisfaction* juga memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap *consumer behavior* pada media *online* detikcom. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya persepsi yang negatif terhadap iklan yang mengganggu terhadap kepuasan dan perilaku mereka saat beraktivitas di situs detikcom. Di samping itu, kualitas konten menjadi salah satu dampak positif dalam memperoleh kepuasan serta perilaku konsumen saat mengakses situs detikcom. Hal tersebut menjadi pertimbangan agar penayangan iklan sebagai sarana pemasaran digital pada situs detikcom dapat dikelola dengan baik, sehingga tidak mengganggu aktivitas konsumen yang dapat menimbulkan persepsi negatif. Kemudian konsistensi agar selalu mempertahankan kualitas konten dari informasi yang disajikan oleh situs detikcom, supaya rasa kepercayaan konsumen dalam mengakses situs detikcom terus meningkat. Penelitian ini akan membantu para pengelola iklan pada media *online* terkait pandangan konsumen, untuk mengupayakan efektivitas pemasaran melalui penayangan iklan agar mampu bekerja secara optimal.

Kata kunci: *Ad Intrusiveness, Content Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Behavior.*

ABSTRACT

MUHAMMAD FATHI FARHAN, The Influence of Ad Intrusiveness and Content Quality on Consumer Behavior with the Mediating Variable of Consumer Satisfaction (Study on Online Media Consumers at Detikcom), Thesis, Jakarta: Faculty of Economics and Business, Jakarta State University, 2025.

The purpose of this study is to gain new insights and analyze the influence of perceptions of ad intrusiveness and content quality on consumer behavior through consumer satisfaction as a mediation with a study on detikcom online media consumers. This study uses a quantitative method through a survey distributed with an online questionnaire, which was conducted on 240 students domiciled in DKI Jakarta with a purposive sampling technique. Through the analysis test with the Structural Equation Model (SEM) using SmartPLS, it shows that ad intrusiveness has a positive and significant influence on consumer behavior through consumer satisfaction directly and indirectly. Then content quality also has a positive and significant influence on consumer behavior through consumer satisfaction directly and indirectly. In addition, consumer satisfaction also has a positive and significant impact on consumer behavior on detikcom online media. This study shows that there is a negative perception of annoying ads on their satisfaction and behavior when doing activities on the detikcom site. In addition, content quality is one of the positive impacts in obtaining consumer satisfaction and behavior when accessing the detikcom site. This is a consideration so that the display of advertisements as a means of digital marketing on the detikcom site can be managed properly, so as not to interfere with consumer activities that can cause negative perceptions. Then consistency to always maintain the quality of content from the information presented by the detikcom site, so that consumer trust in accessing the detikcom site continues to increase. This study will help advertising managers on online media related to consumer views, to strive for marketing effectiveness through advertising displays so that they can work optimally.

Keywords: *Ad Intrusiveness, Content Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Behavior.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah ‘ala kulli hal wa ni’mah, puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Ad Intrusiveness* dan *Content Quality* terhadap *Consumer Behavior* dengan Variabel Mediasi *Consumer Satisfaction* (Studi Pada Konsumen Media *Online Detikcom*)” dengan lancar dan tepat waktu. Penelitian skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi kelulusan pada pemenuhan persyaratan sidang akhir dan mendapatkan gelar Sarjana Bisnis Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait diantaranya:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala atas rahmat dan hidayah yang diberikan kepada peneliti dalam pengerjaan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti dengan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Ryna Parlyna, M.B.A selaku Koordinator Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Dr. Osly Usman, M.Bus Sys selaku Dosen Pembimbing satu yang selalu membimbing dalam memberikan saran dan masukan pada proses penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Adnan Kasofi, S.Pd., MBA selaku Dosen Pembimbing dua yang senantiasa juga memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman dan juga dosen-dosen S1 Bisnis Digital yang memberikan dukungan kepada peneliti.
7. Teman-teman peneliti yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang mana turut memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari dalam pembuatan dan penyusunan proposal skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan, kekurangan, dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat konstruktif sangat peneliti harapkan demi kebaikan dan kualitas skripsi ini. Peneliti harap skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan semua pihak yang membaca skripsi ini.

Jakarta, 17 Juli 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Teori Pendukung.....	14
2.1.1 <i>Ad Intrusiveness</i>	15
2.1.2 <i>Content Quality</i>	18
2.1.3 <i>Consumer Satisfaction</i>	22
2.1.4 <i>Consumer Behavior</i>	25
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan	29
2.3 Kerangka Teoritik	38
2.3.1 Pengaruh <i>Ad Intrusiveness</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	38
2.3.2 Pengaruh <i>Content Quality</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	39
2.3.3 Pengaruh <i>Consumer Satisfaction</i> terhadap <i>Consumer Behavior</i>	41
2.3.4 Pengaruh <i>Ad Intrusiveness</i> terhadap <i>Consumer Behavior</i>	42
2.3.5 Pengaruh <i>Content Quality</i> terhadap <i>Consumer Behavior</i>	43

2.3.6 Pengaruh <i>Ad Intrusiveness</i> terhadap <i>Consumer Behavior</i> melalui <i>Consumer Satisfaction</i>	44
2.3.7 Pengaruh <i>Content Quality</i> terhadap <i>Consumer Behavior</i> melalui <i>Consumer Satisfaction</i>	45
2.4 Kerangka Konseptual	46
BAB III	49
METODE PENELITIAN	49
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	49
3.1.1 Waktu Penelitian	49
3.1.2 Tempat Penelitian	49
3.2 Desain Penelitian	49
3.2.2 Sumber Data	50
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	50
3.3.1 Populasi Penelitian	50
3.3.2 Sampel Penelitian	50
3.4 Pengembangan Instrumen	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	59
3.6 Teknik Analisis Data	60
3.6.1 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	62
3.6.2 <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	64
3.6.3 Uji Hipotesis	65
BAB IV	66
HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Data	66
4.1.1 Profil Responden	66
4.1.2 Analisis Deskriptif	69
4.2 Hasil Analisis dan Hipotesis	78
4.2.1 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	78
4.2.2 <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	86
4.2.3 Uji Hipotesis	88
4.3 Pembahasan	91
BAB V	104
PENUTUP	104

5.1 Kesimpulan	104
5.2 Implikasi.....	107
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	112
5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN.....	122



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia 2025	2
Gambar 1.2 Total Kunjungan Media <i>Online</i> (Des 2024 – Feb 2025).....	3
Gambar 1.3 Platform Pemasangan Iklan Detikcom	4
Gambar 1.4 Laman Artikel Media <i>Online</i> Detikcom	6
Gambar 1.5 Hasil Pra Riset Frekuensi Kunjungan Pada Situs Detikcom	7
Gambar 1.6 Penilaian Kualitas Konten Situs Detikcom	8
Gambar 1.7 Tingkat Kepuasan Pada Situs Detikcom	9
Gambar 2.1 <i>Stimulus-Organism-Response</i> (SOR) Model	15
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	47
Gambar 4.1 Hasil Eliminasi Indikator <i>Outer Loading</i>	80



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen <i>Ad Intrusiveness</i>	52
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen <i>Content Quality</i>	54
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen <i>Consumer Satisfaction</i>	56
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen <i>Consumer Behavior</i>	58
Tabel 3.5 Skala Pengukuran.....	60
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 4.2 Usia Responden.....	67
Tabel 4.3 Domisili Responden	67
Tabel 4.4 Status Pekerjaan Responden	68
Tabel 4.5 Pendidikan Responden	69
Tabel 4.6 Data Deskriptif Variabel <i>Ad Intrusiveness</i>	70
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Ad Intrusiveness</i>	70
Tabel 4.8 Data Deskriptif Variabel <i>Content Quality</i>	72
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Content Quality</i>	72
Tabel 4.10 Data Deskriptif Variabel <i>Consumer Satisfaction</i>	74
Tabel 4.11 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Consumer Satisfaction</i> .	74
Tabel 4.12 Data Deskriptif Variabel <i>Consumer Behavior</i>	76
Tabel 4.13 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Consumer Behavior</i>	76
Tabel 4.14 Hasil <i>Outer Loading</i> Tahap 1	78
Tabel 4.15 Hasil <i>Outer Loading</i> Tahap 2	80
Tabel 4.16 Hasil <i>Cross Loading</i>	82
Tabel 4.17 Hasil Rasio <i>Heterotrait Monotrait</i> (HTMT)	83
Tabel 4.18 Hasil <i>Fornell-Larcker</i>	84
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas.....	85
Tabel 4.20 Hasil Uji R-Square.....	86
Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolinearitas	87
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i> dengan <i>Bootstrapping</i>	89
Tabel 4.23 Hasil Uji Mediasi (<i>Indirect Effect</i>) dengan <i>Bootstrapping</i>	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	122
Lampiran 2 - Kuesioner Penelitian	123
Lampiran 3 - Tabulasi Data Variabel <i>Ad Intrusiveness</i>	129
Lampiran 4 - Tabulasi Data Variabel <i>Content Quality</i>	135
Lampiran 5 - Tabulasi Data Variabel <i>Consumer Satisfaction</i>	141
Lampiran 6 - Tabulasi Data Variabel <i>Consumer Behavior</i>	147
Lampiran 7 - Lembar Konsultasi SUP.....	153
Lampiran 8 - Lembar Konsultasi Skripsi.....	153
Lampiran 9 - Lembar Saran dan Perbaikan Seminar Proposal	154
Lampiran 10 – Lembar Saran dan Perbaikan Sidang Skripsi	154
Lampiran 11 – Hasil Turnitin	155
Lampiran 12 – Riwayat Hidup	156

