

**FAKTOR YANG DAPAT MEMPENGARUHI *SUBSCRIBE*
INTENTION PADA *KOMPAS.ID* DIMODERASI OLEH
*SUBSCRIPTION TYPES***

BERNADUS ORUDU RICHARD ZENDRATO

1710621071



Intelligentia - Dignitas

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

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

**FACTORS THAT CAN INFLUENCE SUBSCRIBE INTENTION
ON KOMPAS.ID MODERATED BY SUBSCRIPTION TYPES**

BERNADUS ORUDU RICHARD ZENDRATO

1710621071



Intelligentia - Dignitas

**This thesis is written as one of the requirements for getting Bachelor's degree
of Business at The Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri**

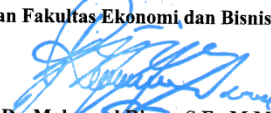
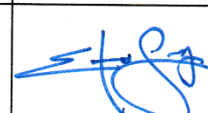
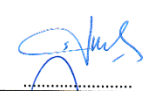
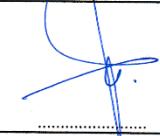
Jakarta

**DIGITAL BUSINESS STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  <u>Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.</u> NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003 (Ketua)		25/07 2025
2	Dr. M. Edo S. Siregar, S.E., M.B.A NIP. 197201252002121002 (Penguji 1)		29/07 2025
3	Siti Fatimah Zahra S.E.I., M.E NIP. 199108182019032019 (Penguji 2)		20/07 2025
4	Andi Muhammad Sadat, SE, M.Si., Ph.D NIP. 197412021200812001 (Pembimbing 1)		20/07 2025
5	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM. NIP. 198103222023212013 (Pembimbing 2)		29/07 2025
Nama : Bernadus Orudu Richard Zendrato No. Registrasi : 1710621071 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Lulus : 25 Juli 2025			

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta dengan data diri sebagai berikut:

Nama : Bernadus Orudu Richard Zendrato
NIM : 1710621071
Program Studi : S1 Bisnis Digital

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan guna memperoleh gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Proposal 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 saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 18 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Bernadus Orudu Richard Zendrato

NIM. 1710621071

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

Lin

iv

ABSTRAK

Bernadus Orudu Richard Zandrato, 1710621071, Faktor yang dapat mempengaruhi *Subscribe Intention* pada Kompas.id dimoderasi oleh *Subscription Types*. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *enjoyment*, *price value*, dan *ubiquity* terhadap *subscribe intention* pengguna Kompas.id, serta melihat peran moderasi *subscription types* (*basic* dan *premium*) dalam hubungan tersebut. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei, melibatkan 441 responden pengguna Kompas.id di wilayah Jabodetabek. Teknik analisis data menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui SmartPLS4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *enjoyment* dan *price value* berpengaruh signifikan terhadap *subscribe intention* pada kedua jenis langganan. *Ubiquity* berpengaruh signifikan terhadap *subscribe intention* hanya pada pengguna *premium*. Selain itu, *ubiquity* juga terbukti signifikan memengaruhi *enjoyment* dan *price value* di kedua kelompok. Uji moderasi menunjukkan bahwa *subscription types* hanya memoderasi hubungan antara *ubiquity* dan *subscribe intention*, sementara tidak memoderasi hubungan antara *enjoyment* maupun *price value* terhadap *subscribe intention*. Temuan ini memberikan implikasi teoretis dan praktis terhadap strategi pemasaran digital dalam meningkatkan konversi berlangganan melalui pengalaman pengguna yang menyenangkan, penawaran harga yang sepadan, dan kemudahan akses.

Kata Kunci: *Enjoyment*, *Price Value*, *Ubiquity*, *Subscribe Intention*, *Subscription Types*, Kompas.id, PLS-SEM

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Bernadus Orudu Richard Zandrato, 1710621071, Factors that can influence Subscribe Intention on Kompas.id moderated by Subscription Types. Thesis, Jakarta: Bachelor of DigitalBusiness Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

This study aims to analyze the effect of enjoyment, price value, and ubiquity on the subscription intention of Kompas.id users, and see the moderating role of subscription types (basic and premium) in the relationship. A quantitative approach was used with a survey method, involving 441 Kompas.id user respondents in the Jabodetabek area. The data analysis technique used Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through SmartPLS 4. The results showed that enjoyment and price value had a significant effect on subscription intention in both subscription types. Ubiquity has a significant effect on subscription intention only for premium users. In addition, ubiquity was also shown to significantly influence enjoyment and price value in both groups. Moderation tests show that subscription types only moderates the relationship between ubiquity and subscribe intention, while it does not moderate the relationship between enjoyment and price value on subscribe intention. The findings provide theoretical and practical implications for digital marketing strategies in increasing subscription conversion through enjoyable user experience, value for money, and ease of access.

Keywords: *Enjoyment, Price Value, Ubiquity, Subscribe Intention, Subscription Types, Kompas.id, PLS-SEM*

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia dan penyertaan-Nya yang senantiasa memberikan kekuatan, hikmat, dan ketekunan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor yang dapat mempengaruhi *Subscribe Intention* pada Kompas.id dimoderasi oleh *Subscription Types*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak akan terwujud tanpa dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tulus, penulis menyampaikan apresiasi kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Ryna Parlyna, M.B.A., selaku Koordinator Program Studi S1 Bisnis Digital dan Ketua Penguji.
3. Bapak Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D, selaku dosen pembimbing pertama, dan Ibu Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing kedua.
4. Bapak Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A., selaku dosen penguji pertama, dan Ibu Siti Fatimah Zahra, S.E.I., M.E., selaku dosen penguji kedua.

5. Seluruh dosen dan staf Universitas Negeri Jakarta, khususnya Fakultas Ekonomi, yang telah membagikan ilmu dan pengalaman selama masa studi.
6. Keluarga tercinta: Ayah Na'aso Zendrato, Ibu Yustina Pudjiastuti, Kakak Elvira Margaretha Zendrato, dan Adik Wilona Rachel Alua Zendrato atas doa, cinta, dan dukungan yang tak pernah putus. Terima kasih sudah menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah.
7. Teman-teman serta sahabat-sahabat yang luar biasa seperti Diah, Nando, Cassandra, Haris, Rafida, Seane, Amira, Grace, Rian, Andryan, Mutiara, Selo, Aldo, Tiffany, Veli, Teman Grup Life Degree dan teman-teman lainnya yang tak dapat disebutkan satu per satu, atas semangat dan kebersamaan yang begitu berarti selama masa studi.
8. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, bagi para pembaca serta pihak yang berkepentingan.

21 Juli 2025

Intelligentia - Dignitas



Bernadus Orudu Richard Zendrato

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Teori Pendukung.....	9
2.1.1 Teori Consumer Value.....	9
2.1.2 Teori Means-End Chain.....	13
2.1.3 <i>Subscribe Intention</i>	14
2.1.4 <i>Enjoyment</i>	15

2.1.5	<i>Price Value</i>	16
2.1.6	<i>Ubiquity</i>	17
2.1.7	<i>Subscription Types</i>	18
2.2	Hubungan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	20
2.2.1	Hubungan antara <i>Enjoyment</i> terhadap <i>Subscribe Intention</i>	20
2.2.2	Hubungan antara <i>Price Value</i> terhadap <i>Subscribe Intention</i>	21
2.2.3	Hubungan antara <i>Ubiquity</i> terhadap <i>Subscribe Intention</i>	22
2.2.4	Hubungan antara <i>Ubiquity</i> terhadap <i>Enjoyment</i>	23
2.2.5	Hubungan antara <i>Ubiquity</i> terhadap <i>Price Value</i>	24
2.2.6	Hubungan antara <i>Enjoyment</i> terhadap <i>Subscribe Intention</i> dimoderasi oleh <i>Subscription Types</i>	25
2.2.7	Hubungan antara <i>Price Value</i> terhadap <i>Subscribe Intention</i> dimoderasi oleh <i>Subscription Types</i>	26
2.2.8	Hubungan antara <i>Ubiquity</i> terhadap <i>Subscribe Intention</i> dimoderasi oleh <i>Subscription Types</i>	28
2.3	Kerangka Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.1.1	Waktu Penelitian.....	31
3.1.2	Tempat Penelitian	31
3.2	Desain Penelitian	32
3.3	Populasi dan Sampel	33
3.3.1	Populasi	33

3.3.2	Sampel.....	33
3.4	Pengembangan Intrumen.....	35
3.4.1	Subscribe Intention.....	36
3.4.2	Enjoyment	37
3.4.3	Price Value	38
3.4.4	Ubiquity	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	42
3.6	Teknik Analisis Data	42
3.6.1	Statistik Deskriptif	43
3.6.2	Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	44
3.6.3	Uji Model Struktural (Inner Model).....	46
3.6.4	Uji Hipotesis	47
3.6.5	Uji Goodness of Fit.....	48
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1	Deskripsi Data.....	50
4.1.1	Karakteristik Responden.....	50
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	55
4.1.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	57
4.1.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	60
4.1.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi	62
4.2	Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	65

4.2.1	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	65
4.2.2	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	74
4.2.3	Uji Hipotesis	78
4.2.4	Uji Moderasi	80
4.2.5	Uji <i>Goodness of Fit</i>	81
4.2.6	Pembahasan.....	85
4.2.5.1	Hubungan antara <i>Enjoyment</i> terhadap <i>Subscribe Intention</i>	85
4.2.5.2	Hubungan antara <i>Price Value</i> terhadap <i>Subscribe Intention</i>	87
4.2.5.3	Hubungan antara <i>Ubiquity</i> terhadap <i>Subscribe Intention</i>	88
4.2.5.4	Hubungan antara <i>Ubiquity</i> terhadap <i>Enjoyment</i>	89
4.2.5.5	Hubungan antara <i>Ubiquity</i> terhadap <i>Price Value</i>	90
4.2.5.6	Hubungan antara <i>Enjoyment</i> terhadap <i>Subscribe Intention</i> dimoderasi oleh <i>Subscription Types</i>	92
4.2.5.7	Hubungan antara <i>Price Value</i> terhadap <i>Subscribe Intention</i> dimoderasi oleh <i>Subscription Types</i>	93
4.2.5.8	Hubungan antara <i>Ubiquity</i> terhadap <i>Subscribe Intention</i> dimoderasi oleh <i>Subscription Types</i>	95
BAB V PENUTUP.....		97
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Implikasi.....	100
5.2.1	Implikasi Teoritis Penelitian	100
5.2.2	Implikasi Praktis	101
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	103

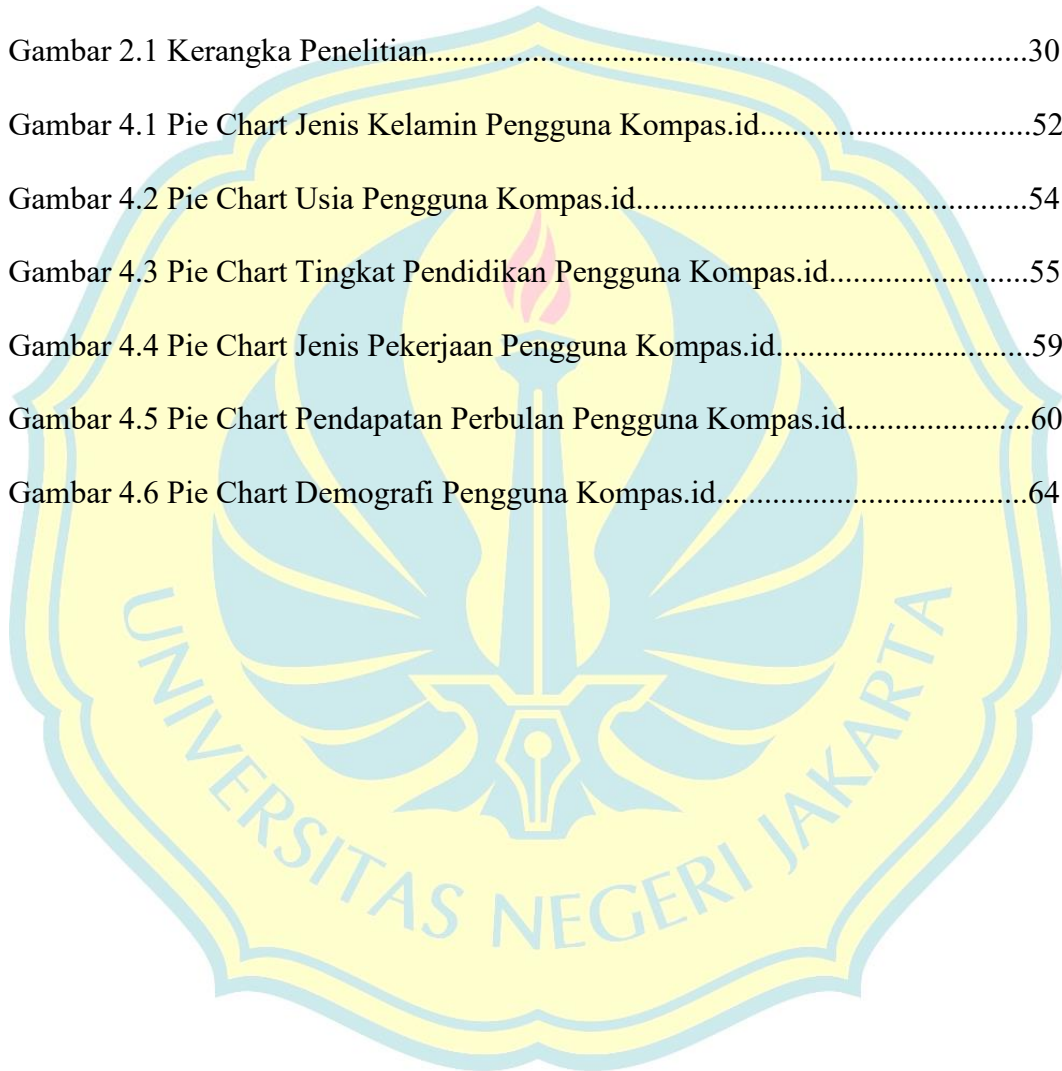
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	105
DAFTAR PUSTAKA		108
LAMPIRAN.....		114



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengunjung Kompas.id 4 bulan terakhir.....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Pelanggan Baru Kompas.id 4 bulan terakhir.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Pie Chart Jenis Kelamin Pengguna Kompas.id.....	52
Gambar 4.2 Pie Chart Usia Pengguna Kompas.id.....	54
Gambar 4.3 Pie Chart Tingkat Pendidikan Pengguna Kompas.id.....	55
Gambar 4.4 Pie Chart Jenis Pekerjaan Pengguna Kompas.id.....	59
Gambar 4.5 Pie Chart Pendapatan Perbulan Pengguna Kompas.id.....	60
Gambar 4.6 Pie Chart Demografi Pengguna Kompas.id.....	64



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Variabel Subscribe Intention.....	37
Tabel 3.2 Instrumen Variabel Enjoyment.....	38
Tabel 3.3 Instrumen Variabel Subscribe Intention.....	39
Tabel 3.4 Instrumen Variabel Ubiquity.....	41
Tabel 3.5 Pengukuran Skala Likert.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	62
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi.....	63
Tabel 4.7 Pengujian Model Pengukuran Pengguna <i>Premium</i>	67
Tabel 4.8 Pengujian Model Pengukuran HTMT Pengguna <i>Premium</i>	69
Tabel 4.9 Pengujian Model Pengukuran Pengguna <i>Basic</i>	71
Tabel 4.10 Pengujian Model Pengukuran HTMT Pengguna <i>Basic</i>	73
Tabel 4.11 Pengujian VIF.....	75
Tabel 4.12 Pengujian f^2	76
Tabel 4.13 Pengujian Hipotesis.....	79
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis Moderasi.....	80
Tabel 4.15 Pengujian R^2	82
Tabel 4.16 Pengujian Q^2	84
Tabel 4.17 Pengujian SRMR.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

1. Instrumen Penelitian.....	105
2. Surat Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah.....	109
3. Tabulasi Data Jenis Langganan Kompas.id.....	110
4. Tabulasi Data Variabel Subscribe Intention dan Enjoyment.....	121
5. Tabulasi Data Variabel Price Value dan Ubiquity.....	132
6. Hasil Analisis Outer Loading Langganan <i>Premium</i> dengan SmartPLS4.....	143
7. Hasil Analisis Cronbach Alpha, Composite Reliability (ρ_c), Average Variance Extracted (AVE) Langganan <i>Premium</i> dengan SmartPLS4.....	143
8. Hasil Analisis HTMT Langganan <i>Premium</i> dengan SmartPLS4.....	143
9. Hasil Analisis VIF Langganan <i>Premium</i> dengan SmartPLS4.....	143
10. Hasil Analisis f^2 Langganan <i>Premium</i> dengan SmartPLS4.....	144
11. Hasil Analisis R^2 Langganan <i>Premium</i> dengan SmartPLS4.....	144
12. Hasil Analisis Q^2 Langganan <i>Premium</i> dengan SmartPLS4.....	144
13. Hasil Analisis SRMR Langganan <i>Premium</i> dengan SmartPLS4.....	144
14. Hasil Analisis Hipotesis Langganan <i>Premium</i> dengan SmartPLS4.....	144
15. Hasil Analisis Outer Loading Langganan <i>Basic</i> dengan SmartPLS4.....	145
16. Hasil Analisis Cronbach Alpha, Composite Reliability (ρ_c), Average Variance Extracted (AVE) Langganan <i>Basic</i> dengan SmartPLS4.....	145
17. Hasil Analisis HTMT Langganan <i>Basic</i> dengan SmartPLS4.....	145
18. Hasil Analisis VIF Langganan <i>Basic</i> dengan SmartPLS4.....	145
19. Hasil Analisis f^2 Langganan <i>Basic</i> dengan SmartPLS4.....	146

20. Hasil Analisis R^2 Langganan <i>Basic</i> dengan SmartPLS4.....	146
21. Hasil Analisis Q^2 Langganan <i>Basic</i> dengan SmartPLS4.....	146
22. Hasil Analisis SRMR Langganan <i>Basic</i> dengan SmartPLS4.....	146
23. Hasil Analisis Hipotesis Langganan <i>Basic</i> dengan SmartPLS4.....	146
24. Hasil Analisis Moderasi dengan SmartPLS4.....	146
25. Riwayat Hidup.....	147



Intelligentia - Dignitas