

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 ANALISIS

Analisis adalah sekumpulan kegiatan seperti mengurai, membedakan, dan memilah sesuatu untuk dikategorikan kembali menurut kriteria tertentu kemudian di cari makna dan kaitannya masing-masing. Terdapat berbagai pengertian analisis dari beberapa ahli antara lain:

Menurut Yenni Salim [10] Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perbuatan karangan dan sebagainya) untuk mendapatkan fakta yang tepat (asal usul, sebab, penyebab sebenarnya, dan sebagainya).

Menurut Komaruddin [11] Analisis adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.

Sehingga dari pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa analisis merupakan kegiatan yang menguraikan suatu peristiwa menjadi komponen-komponen yang lebih kecil sehingga lebih mudah dipahami.

Jenis-jenis analisis menurut Netriwati pada umumnya dilakukan melalui dua cara, yaitu analisis kualitatif (*Qualitatif Control*) dan analisis kuantitatif (*Quantitatif Control*)[12].

1. Analisis Kualitatif adalah aktivitas intensif yang memerlukan pengertian yang mendalam, kecerdikan, kreativitas, kepekaan, konseptual, dan pekerjaan berat.
2. Analisis Kuantitatif merupakan analisis penulisan yang secara umum memakai analisis statistik. Analisis data kuantitatif digunakan pada penulisan dengan pendekatan kuantitatif. Pada pendekatan seperti ini menggunakan alat statistik berarti analisis data dilakukan menurut dasar-dasar statistik. Ada dua macam alat statistik yang digunakan yaitu: Statistik *Deskriptif* dan Statistik *Inferensial*.
 1. Menurut Sugiyono analisis merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.
 2. Menurut Nasution Analisis adalah pekerjaan yang sulit, memerlukan kinerja keras. Analisis memerlukan daya kreatif serta kemampuan intelektual yang tinggi. Tidak ada cara tertentu yang dapat diikuti untuk mengadakan analisis, sehingga setiap penelitian harus mencari sendiri metode yang dirasa cocok dengan sifat penelitiannya. Bahan yang sama bisa diklarifikasikan lain oleh penelitian yang berbeda.

3. Analisis secara umum adalah memecahkan ide-ide atau masalah dari suatu yang terkecil secara perbagian hingga sedetail mungkin untuk mendapatkan hasil yang akurat

2.2 KONSEP LAYANAN

Layanan adalah suatu perbuatan atau penampilan yang dapat ditawarkan oleh suatu partai kepada yang lain yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Peranannya akan lebih besar dan menentukan jika pada kegiatan jasa tersebut kompetisi (persaingan) cukup ketat dalam upaya merebut pangsa pasar atau pelanggan.

1. Menurut Lovelock, mengatakan bahwa layanan yang merupakan suatu gagasan menarik tentang bagaimana suatu produk bila ditambah dengan pelayanan (Service) akan menghasilkan suatu kekuatan yang memberikan manfaat pada perusahaan dalam meraih profit bahkan untuk menghadapi persaingan.
2. Menurut Philip Kotler, mengemukakan bahwa pelayanan dapat diartikan sebagai suatu aktifitas yang bermanfaat atau yang diberikan oleh satu atau beberapa pihak kepada pihak lain untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang pada dasarnya bersifat berwujud dan tidak akan menimbulkan kepemimpinan apapun kepada yang menerimanya.
3. Menurut A.S Moenir, mengemukakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung

diterima. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa pelayanan-pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan orang lain agar masing-masing memperoleh keuntungan yang diharapkan dan mendapat kepuasan.

4. Menurut Amstong mengungkapkan bahwa layanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat pada pemilihan sesuatu.

Dari beberapa teori diatas dapat disimpulkan pelayanan adalah tindakan atau kegiatan seseorang yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain untuk menyampaikan jasa atau produk kepada pelanggan dengan layanan (service) untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan[13].

Manajemen merupakan alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan, Manajemen pada hakekatnya berkenaan dengan cara-cara pengelolaan suatu lembaga agar lembaga tersebut efisien dan efektif, Manajemen merupakan proses bekerja sama dengan dan melalui individu atau kelompok serta sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan layanan adalah merupakan kegiatan atau manfaat yang di tawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak berwujud secara tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Dari kedua pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa manajemen layanan adalah suatu usaha untuk manage (mengatur) organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan secara efektif dan efisien dalam membantu, menyiapkan dan mengurus baik berupa barang atau jasa dari suatu pihak ke pihak lain [13].

2.3 YOUTUBE

Youtube diambil dari kata "You" mengacu kepada anda atau pengunggah konten dan "Tube" yang memiliki artian tayangan yang lebih lama. Nama YouTube sendiri terinspirasi dari nama sebuah restoran pizza dan restoran Jepang di San Mateo, California. Awalnya Youtube merupakan sebuah website yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada februari 2005 yaitu: Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hurley dan Chen pertama kali mendapatkan ide untuk mendirikan situs ini karena mereka mengalami kesulitan untuk membagi video.

Tahun 2006 Youtube telah berkembang dengan pesat dan sudah mengunggah video baru sebanyak 65.000 hingga mencapai 100.000 video di bulan Juli 2006 ke situs video Youtube. Dimulai dengan masuknya Youtube ke pasar internasional pada oktober 2006 saham situsnya dibeli oleh Google seharga \$ 1,45 juta. Saat itu, situs video Youtube mulai berkembang dan mencapai tahap mempertahankan posisinya di tingkat internasional [14].

Semakin berkembang YouTube kini tidak hanya sebagai media atau sarana bagi industri musik dan hiburan, tetapi juga membuka partership menjadi media digital marketing bagi para pengusaha. Hal ini dapat dilihat dari layanan iklan (ads) yang ditawarkan YouTube kepada para pengusaha dalam YouTube Parter Program (YPP). Tetapi jika ditinjau dari sisi pengguna YouTube, iklan yang terlalu banyak kerap mengganggu aktivitas menonton mereka. Oleh karena itu, YouTube menawarkan layanan YouTube Premium demi kenyamanan pengguna platform YouTube, hanya dengan login akun YouTube menggunakan akun Google dan

membayar sesuai harga paket langganan YouTube Premium yang dipilih. Penawaran layanan premium bagi konsumen ini menuntut YouTube untuk mampu memahami perilaku konsumen, termasuk indikator yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap fitur-fitur YouTube Premium. Umumnya, manusia memiliki kecenderungan menggunakan suatu sistem, alat, atau aplikasi, jika hal tersebut dapat membantu dan memudahkan pekerjaannya[6].

2.4 YOUTUBE PREMIUM

Youtube premium diperkenalkan pada 19 November 2019. *Google* adalah raksasa mesin pencari yang menyediakan layanan *youtube premium* kepada pelanggan *premium* nya. *Youtube premium* memberikan jejak gratis selama 30 hari dan seterusnya menawarkan layanan berdasarkan paket berlangganan yang dipilih oleh pelanggan[15]. Berikut beberapa keunggulan *Youtube premium*:

1. Bebas iklan

Pengguna bisa menonton konten di *Youtube Premium* kapan saja dan di mana saja tanpa iklan. Sebagaimana diketahui, iklan selalu muncul ketika memutar konten di *Youtube*. Namun pengalaman itu tak akan lagi dirasakan pengguna jika berlangganan *Youtube Premium*. Bagi kreator di *Youtube Premium*, nampaknya akan mendapatkan skema pembayaran *royalti* dari *Youtube*, tidak lagi berdasarkan *AdSense* yang selama ini mereka dapatkan dari *Youtube* biasa.

2. Putar di *background*

Youtube Premium memiliki dukungan pemutaran di *background*. Dukungan ini akan berguna bagi pelanggan yang *multi-tasking*. Di *Youtube Premium*, video akan tetap diputar walau anda sudah keluar dari aplikasi *Youtube*. Lain halnya dengan di *Youtube* reguler dimana video akan berhenti terputus ketika aplikasi ditutup.

3. Akses *offline*

Jutaan konten tersedia di *Youtube*. Namun tentunya kita tak bisa selalu menontonnya di saat yang sama. Di *Youtube Premium*, pengguna bisa mengunduh *offline* konten yang tersedia. Dukungan ini bisa dimanfaatkan pengguna ketika terhubung ke *wifi* untuk mengunduh video favorit dan memutarinya di kesempatan lain.

Harga yang ditawarkan pada aplikasi resmi *Youtube premium* terdapat 3 kategori, yaitu :

1) Kategori perorangan Rp. 59.000/bulan

Untuk harga ini pengguna mendapatkan fasilitas *youtube premium* yang hanya bisa digunakan oleh satu orang/akun saja dengan jangka waktu satu bulan dihitung ketika pembayaran dilakukan.

2) Kategori Family Rp. 89.000/bulan

Untuk *youtube premium family* bisa digunakan maksimal 5 orang anggota keluarga.

3) Kategori Pelajar Rp. 35.000/bulan

Untuk Pelajar mendapat harga yang relatif murah, akan tetapi harus memenuhi syarat untuk verifikasi data diri, bahwa pengguna memang benar-benar pelajar.

Tabel 2.1 Perbedaan *YouTube* biasa dengan *YouTube Premium*

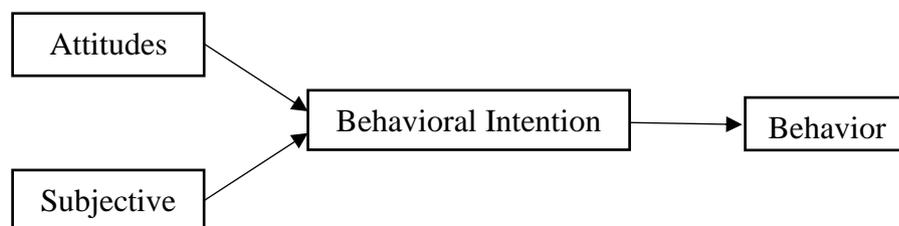
No.	<i>YouTube</i> biasa	<i>YouTube Premium</i>
1	Terdapat iklan saat melakukan pemutaran video	Video bebas iklan
2	Pemutaran video akan berhenti jika keluar dari aplikasi	Pemutaran video dilakukan sambil membuka aplikasi yang lain dan video bisa tetap berjalan
3	Tidak dapat terakses ke <i>youtube music premium</i>	Akses ke <i>youtube music premium</i> /mendengar music tanpa memuat video
4	Tidak tersedia <i>download</i> video secara <i>offline</i>	Tersedia <i>download</i> video yang dapat ditonton secara <i>offline</i>
5	Tidak tersedia konten <i>youtube original</i>	Tersedia konten <i>youtube original</i> dari pihak <i>youtube</i>

2.5 THEORY OF REASONED ACTION

Teori Tindakan Beralasan atau *Theory of Reasoned Action* (TRA) dikembangkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1975. Teori ini merupakan teori yang menjelaskan tahapan-tahapan manusia melakukan perilaku. Pada

tahap awal, perilaku (*behavior*) diasumsikan ditentukan oleh niat (*intention*). Pada tahap berikutnya niat dapat dijelaskan dalam bentuk sikap-sikap terhadap perilaku (*attitudes towards the behavior*) dan norma-norma subyektif (*subjective norms*). Tahap-tahap ketiga dipertimbangkan sikap-sikap (*attitudes*) dan norma-norma subyektif (*subjective norms*) dalam bentuk kepercayaan tentang konsekuensi melakukan perilakunya dan tentang ekspektasi normative dan orang yang direferensi (*referent*) yang relevan [16].

Menurut Setiadi, “untuk mengetahui bagaimana sikap bisa memprediksi perilaku konsumen dengan menggunakan *Theory Reasoned Action* dari Fishbein”. *Theory of reasoned action* menggambarkan keterpaduan yang menyeluruh dari komponen sikap dalam struktur yang didesain untuk mengarahkan prediksi dan penjelasan yang lebih baik dari perilaku. Model ini memandang perilaku seseorang sebagai fungsi dari niatnya untuk berperilaku dalam cara tertentu dan variabel penguat lainnya. Niat seseorang untuk membeli suatu produk (BI) dipengaruhi oleh sikapnya terhadap perilaku atau tindakan pembelian tersebut (AB) dan norma subyektifnya (SN) dimana persepsi seseorang bahwa orang lain yang penting baginya akan bertindak terhadap perilaku tersebut[17]. Berikut adalah gambar 2.1 merupakan Tindakan Teori Beralasan:



Gambar 2. 1 Tindakan Teori Beralasan (*Theory Reasoned Action*)

Berikut adalah penjelasan dari gambar 2.1:

1. *Attitudes Towards Act or Behavior*

Adalah evaluasi individu secara positif atau negatif terhadap benda, orang, instansi, kejadian, perilaku atau niat tertentu.

2. *Subjective Norm*

adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang mempengaruhi untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

3. *Behavioral Intention*

adalah suatu kondisi dimana konsumen memiliki intensi atau sikap loyal pada suatu barang atau jasa, dan dengan sukarela menceritakan keunggulan produk atau jasa tersebut kepada orang atau pihak lain.

4. *Behavior*

adalah sebuah tindakan yang telah dipilih seseorang untuk ditampilkan berdasarkan atas niat yang sudah terbentuk. Perilaku merupakan transisi niat atau kehendak kedalam tindakan.

2.6 STATISTICAL PRODUCT AND SERVICE SOLUTION

SPSS adalah sebuah *software* untuk mengelolah data statistik yang penggunaannya cukup mudah bahkan bagi orang yang tidak mengenal dengan baik teori statistik. Aplikasi SPSS seringkali digunakan untuk memecahkan masalah riset atau bisnis dalam hal statistik.

Cara kerjanya sederhana, yaitu data yang anda input oleh SPSS akan dianalisis dengan suatu paket analisis. Menyediakan akses data, persiapan dan manajemen data, analisis data, dan pelaporan. SPSS merupakan perangkat lunak yang paling banyak dipakai karena tampilannya yang *user friendly* dan merupakan terobosan baru berkaitan dengan perkembangan teknologi informasi, khususnya dalam *ebusiness*[18].

SPSS dipublikasikan oleh SPSS Inc. SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences* atau Package Statistik untuk ilmu Sosial) versi pertama dirilis pada tahun 1968, diciptakan oleh Nornam Nie, seorang lulusan Fakultas Ilmu politik dari Stanford University, yang sekarang menjadi professor peneliti Fakultas Ilmu Politik di Standford dan Profesor Emeretus Ilmu politik di University of Chicago.

Menu-menu yang ada dalam SPSS adalah sebagai berikut:

1. Menu *File*, yaitu digunakan untuk membuka, menutup *file*, dan lain-lain yang berkaitan dengan pemrosesan *file*. Submenu yang sering digunakan adalah *new*, *open*, *open database*, *save*, *save as*, *print*, dan *exit*.
2. Menu *Edit*, yaitu digunakan untuk proses *edit*, seperti *copy*, *delete*, *undo*, *redo*, *cut*, *paste*.
3. Menu *View*, yaitu digunakan untuk melihat tampilan SPSS, submenu utama adalah *status bar*, *tools bar*, dan *value labels*
4. Menu *Data*, yaitu digunakan untuk melakukan pemrosesan data. Submenu yang digunakan adalah *insert variabel*, *insert case*, *go to case*, dan *select case*.

5. Menu *Transform*, yaitu digunakan untuk melakukan perubahan-perubahan atau penambahan data. Submenu yang digunakan yaitu *replace missing values*, *creat time series*, dan *computer*.
6. Menu *Analyse*, yaitu merupakan menu yang pemrosesan data dan analisa dilakukan di menu ini. submenu yang digunakan yaitu *report*, *descriptive 24 statistic*, *table*, *compare means*, *general linear model*, *mixed model*, *correlate*, *regression*, *log linear*, *classify*, *data reduction*, *scale*, *time series*, *survival*, *multiple response*, dan *complex samples*.
7. Menu *Graphs*, yaitu digunakan untuk membuat grafik, seperti *gallery*, *interactive*, *maps bar*, *line*, *area*, dan *dot*.
8. Menu *Utilities*, yaitu digunakan untuk mengetahui informasi variabel, informasi file dan lain-lain. Seperti *utilities*, *variables* memilih variabel, melihat variabel, atau mencari variabel.
9. Menu *Add-Ons*, yaitu digunakan untuk memberikan perintah kepada SPSS jika ingin menggunakan aplikasi tambahan, seperti menggunakan aplikasi *amos*, *SPSS data entry*, dan *text analysis*.
10. Menu *Windows*, yaitu digunakan untuk melakukan perpindahan (*Switch*) dari satu file ke file lainnya.
11. Menu *Help*, yaitu digunakan untuk membantu pengguna dalam memahami perintah-perintah SPSS jika pengguna mengalami kesulitan[19].

2.7 PENELITIAN SEJENIS

Berikut merupakan kumpulan penelitian yang berhubungan dengan metode yang digunakan pada penelitian ini. Hal ini dilakukan sebagai referensi atau pedoman untuk peneliti dalam membuat penelitian ini. Kumpulan penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.2 Penelitian Sejenis

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
1	Ahmad Royyan [7]	Analisis Minat Masyarakat Dalam Menggunakan <i>Mobile Syariah Banking</i> Dengan <i>Theory Of Reasoned Action</i>	<i>Attitude, Subjective Norm, Trust, Behavior Intention</i>	<i>Theory Of Reasoned Action</i>	Norma Subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berprilaku menggunakan <i>Mobile Syariah Banking</i> . Semakin tinggi seseorang dalam mengikuti referensi orang yang penting bagi dirinya, maka semakin tinggi pula minat orang tersebut dalam menggunakan <i>Mobile Syariah Banking</i>
2	E. Japarianto, D. Kurniawan, H. Samuel [8]	Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan <i>Mobile Banking</i> Dengan Menggunakan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> Dan <i>Theory Of Reasoned Action</i>	<i>Attitude towards use, Behavior-intention</i>	<i>Technology Acceptance Model</i> dan <i>Theory Of Reasoned Action</i>	<i>Attitude towards use</i> memberikan pengaruh positif terhadap <i>behavior intention</i> nasabah dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,052. Pengaruh positif yang diberikan oleh <i>behavior intention</i> adalah signifikan, karena memiliki nilai CR sebesar 2,680 dengan tingkat signifikansi 0,007 yang lebih kecil dari pada 5%
3	Nathania Edlyn Kristiansen, Lusia Savitri Setyo Utami [20]	Pengaruh Terpaan Iklan Pada Platform <i>YouTube</i> terhadap Minat Pengguna Aplikasi <i>OctaFX</i>	<i>Attention, Interest, Desire, Decision, Action</i>	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	hasil yang penulis peroleh, ada hubungan antara terpaan iklan <i>OctaFX</i> dengan minat penggunaan. Hubungan dalam penelitian ini dianggap cukup dan positif, sehingga jika terpaan iklan meningkat, minat penggunaan juga meningkat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa H0 ditolak, sedangkan

					H1 diterima. Dalam penelitian ini, terpaan iklan <i>OctaFX</i> mempengaruhi minat penggunaan. Pengaruh terpaan iklan terhadap minat penggunaan sebesar 53,4%, sedangkan 46,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.
--	--	--	--	--	---

Dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan menggunakan teori, variabel, software analisis, metode pengumpulan data dan metode penelitian yang digunakan semuanya tidak jauh berbeda. Meskipun hasil yang didapat berbeda beda tetapi memiliki tujuan yang sama untuk mendapatkan kekurangan dan kelebihan pada setiap variabel. Sedangkan penulis melakukan penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dalam segi sikap (*attitude*), norma-norma subjektif (*subjective norms*), mempengaruhi niat (*behavioral intention*), dan pada akhirnya akan menentukan seseorang untuk belajar atau tidak (*behavior*).