

**ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *TRUST*
(KEPERCAYAAN) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI SUB
FORUM JUAL BELI SITUS KASKUS**

SKRIPSI

Nama : Ahmad Najib

Nim : 43108120160



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**

**ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *TRUST*
(KEPERCAYAAN) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI SUB
FORUM JUAL BELI SITUS KASKUS**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Satu Syarat Untuk Memperoleh
GELAR SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen**

Nama : Ahmad Najib

Nim : 43108120160



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Najib

NIM : 43108120160

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Februari 2013



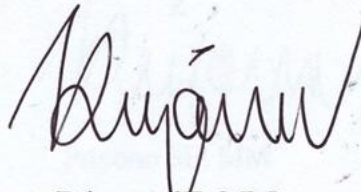
(AHMAD NAJIB)
NIM . 43108120160

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Ahmad Najib
Nim : 43108120160
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Word of Mouth* dan *Trust* (kepercayaan)
Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Sub
Forum Jual Beli Situs Kaskus

Disahkan Oleh :

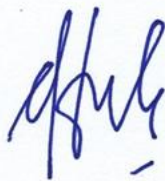
Pembimbing Skripsi



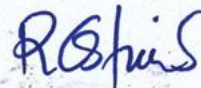
(Priyono, SE, MM)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen S-1



(Dr. Wiwik Utami, AK., MS)



(Dr. Rina Astini, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Analisis Pengaruh *Word of Mouth* dan *Trust* (kepercayaan) Terhadap Keputusan
Pembelian Secara *Online* di Sub Forum Jual Beli Situs Kaskus

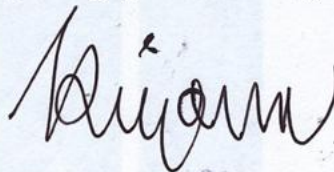
Dipersiapkan dan disusun oleh :

Ahmad Najib
43108120160

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 08 Maret 2013

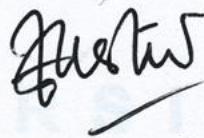
Susunan Dewan Penguji

Ketua Dewan Penguji/Pembimbing Skripsi



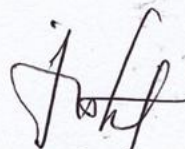
Priyono SE, MM

Anggota Dewan Penguji



Hesti Maheswari, SE, M.Si.

Anggota Dewan Penguji



Tri Wahyono, SE, MM

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT Yang Maha Mendengar lagu Maha Melihat dan atas segala limpahan rahman, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berbentuk skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya yang selalu membantu perjuangan beliau dalam menegakkan Dinullah di muka bumi ini.

Penyusunan skripsi ini adalah merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta. Dalam Penulisan skripsi ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materiil. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tiada hingganya kepada:

1. Bapak Priyono, SE, MM selaku pembimbing dalam memberikan bimbingan, nasehat dan arahan kepada penulis.
2. Bapak Dr.Ir.Arissetyanto Nugroho, MM selaku rektor beserta para dosen dan seluruh karyawan/staff pegawai Univesitas Mercubuana Jakarta atas bantuan yang diberikan selama penulis mengikuti studi.
3. Ibu Dr.Wiwik Utami, AK.,MS sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan fasilitas dan pendidikan selama penulis belajar dan menyelesaikan belajar di perguruan negeri.
4. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM sebagai Ketua Program Studi Manajemen atas bantuan yang telah diberikan selama ini.

5. Segenap responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang saya edarkan.
6. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Orang Tua penulis yang telah memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
7. Kepada teman saya Citra Puspa Dewi, Nita Malipungi, Devi Nilawati dan juga Muhammad Abdul Rohman yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
8. Kepada teman-teman seperjuangan selama menempuh studi di Universitas Mercu Buana, yaitu Ana Nurhasanah, Dewi Irawati, Puri Mandasari, Tyo Hadi, Alona, Husni, Eason, Pak Tarudin, Rohman, Diani, Lisa, Reynilda dan juga kepada teman-teman Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana khususnya angkatan 14 lainnya yang tidak bisa disebutkan oleh penulis, yang telah saling bantu-membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Akhirnya hanya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Jakarta, Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
BAB II DASAR TEORI.....	12
2.1 Definisi Pemasaran	12
2.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.2.1 Perilaku Konsumen <i>Online</i>	14
2.3 Definisi <i>Word of Mouth</i>	16
2.3.1 Jenis <i>Word of Mouth</i>	20
2.3.2 Sifat-Sifat <i>Word of Mouth</i>	20
2.3.3 Tahapan <i>Word of Mouth</i>	21
2.3.4 Cara Melakukan <i>Word of Mouth</i>	23
2.2.5 Manfaat <i>Word of Mouth</i>	24
2.3.6 Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas <i>Word of Mouth</i>	25
2.3.7 Kekuatan <i>Word of Mouth</i> dan Pengaruhnya	26

2.3.8	Hubungan <i>Word Of Mouth Communication</i> Dengan Keputusan Pembelian.....	28
2.4	Definisi <i>Trust</i> (Kepercayaan).....	30
2.4.1	Elemen-Elemen <i>Trust</i> (Kepercayaan).....	31
2.4.2	Kepercayaan Pembeli <i>Online</i>	32
2.5	Keputusan Pembelian.....	37
2.5.1	Keputusan Pembelian <i>Online</i>	40
2.6	Penelitian Terdahulu.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		45
3.1	Objek Penelitian.....	45
3.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	45
3.1.2	Fitur-fitur.....	46
3.1.3	Forum Jual Beli.....	47
3.2	Desain Penelitian.....	49
3.2	Hipotesis.....	49
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	50
3.3.1	Variabel Penelitian.....	50
3.3.1.1	Varibel Independen : <i>Word of Mouth</i>	51
3.3.1.2	Varibel Independen : <i>Trust</i> (Kepercayaan).....	51
3.3.1.3	Varibel Dependen : Keputusan Pembelian <i>Online</i> (<i>Online Buying Decision</i>).....	52
3.3.2	Definisi Operasional dan Variabel.....	52
3.4	Populasi dan Sample.....	54
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	56
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	56
3.7	Metode Analisis.....	57
3.7.1	Analisis Kuantitatif.....	57
3.7.1.1	Statistik Deskriptif.....	58
3.7.1.2	Uji Reliabilitas dan Validitas.....	58
3.7.1.3	Analisis Regresi Berganda.....	59
3.7.2	Analisis Kualitatif.....	62

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Responden.....	63
4.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	65
4.1.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Domisili	65
4.1.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan Untuk Belanja <i>Online</i>	66
4.1.6 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	67
4.1.7 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Berapa Kali Belanja <i>Online</i> Per Bulan.....	68
4.1.8 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pernah Atau Tidaknya Berbelanja Online di Kaskus.....	69
4.2 Hasil Pengolahan Data Kuesioner	69
4.2.1 Uji Validitas Data Kuesioner	69
4.2.1.1 Tabel Perhitungan Validitas Dengan SPSS 18.0.....	69
4.2.1.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	72
4.2.2 Uji Reabilitas Data Kuesioner.....	74
4.2.2.1 Tabel Perhitungan Reabilitas Dengan SPSS 18.0.....	74
4.2.2.2 Rekapitulasi Hasil Uji Reabilitas	75
4.2.3 Analisis Regresi Berganda Data Kuesioner	76
4.2.3.1 Uji F (Uji Simultan)	77
4.2.3.2 Uji t (Uji Parsial).....	78
4.2.4 Koefisiensi Determinasi (R^2)	79
4.3 Analisis Kualitatif.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Pengguna Internet dan Populasi Dunia (per 31 Desember 2011).....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	53
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	65
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Domisili	66
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan Untuk Belanja <i>Online</i>	66
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	67
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pembelian Secara <i>Online</i> Per Bulan	68
Tabel 4. 8 Responden Berdasarkan Pernah Atau Tidaknya Berbelanja <i>Online</i> di Sub Forum Jual Beli Situs Kaskus.....	69
Tabel 4. 9 Tabel Perhitungan Validitas <i>Word Of Mouth</i>	70
Tabel 4. 10 Tabel Perhitungan Validitas Trust (Kepercayaan).....	70
Tabel 4. 11 Tabel Perhitungan Validitas Keputusan Pembelian	71
Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	72
Tabel 4. 13 Uji Validitas Variabel <i>Trust</i> (Kepercayaan)	73
Tabel 4. 14 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	73
Tabel 4. 15 Tabel Perhitungan Reabilitas <i>Word Of Mouth</i>	74
Tabel 4. 16 Tabel Perhitungan Reabilitas <i>Trust</i> (Kepercayaan)	74
Tabel 4. 17 Tabel Perhitungan Reabilitas Keputusan Pembelian <i>Online</i>	75
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Berganda.....	76
Tabel 4. 20 Hasil Uji F.....	77
Tabel 4. 21 Hasil Uji t.....	78
Tabel 4. 22 Hasil Koefisiensi Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian.....	38
Gambar 3. 1 Model Penelitian	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 KUESIONER	87
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA KUESIONER.....	92
LAMPIRAN 3 TABEL F	95
LAMPIRAN 4 TABEL t.....	97
LAMPIRAN 5 TABEL r.....	98