

TUGAS AKHIR

**ANALISA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENJUALAN ONLINE DI
INTERNET (STUDI KASUS FORUM JUAL BELI WWW.KASKUS.US)**

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat Dalam Mencapai Sebagian Syarat Dalam Mencapai
Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Dibuat Oleh :

Nama : Rr. Yulifa Woro Prawesti

NIM : 41608110059

Jurusan : Teknik Industri

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2011

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENJUALAN ONLINE DI
INTERNET (STUDI KASUS FORUM JUAL BELI WWW.KASKUS.US)**



Dibuat Oleh :

Nama : Rr. Yulifa Woro Prawesti

NIM : 41608110059

Jurusan : Teknik Industri



Mengetahui,

Pembimbing

Koordinator TA/KaProdi

()

(Ir. Muhammad Kholil, MT)

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rr. Yulifa Woro Prawesti

NIM : 41608110059

Jurusan : Teknik Industri

Fakultas : Teknologi Industri

Judul Skripsi : **ANALISA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENJUALAN ONLINE DI INTERNET (STUDI KASUS FORUM JUAL BELI WWW.KASKUS.US)**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya saya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat dan atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan dan tata tertib di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, Agustus 2011

Penulis,

Rr. Yulifa Woro Prawesti

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bismillahirrahmanirrahim

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana di Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Mercubuana.

Dalam penyusunan Skripsi ini, tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Torik Husein MT. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Mercubuana
2. Bapak Ir. Muhammad Kholil, MT. Ka. Prodi Teknik Industri Universitas Mercubuana.
3. Bapak Ir. Amin Syukron MT. selaku Dosen Pembimbing Skripsi ini yang telah memberikan bimbingan, arahan dan petunjuk dalam penyelesaian Skripsi ini.
4. Bapak Ir. Muhammad Kholil, MT. Ka, Bapak Ir. Amin Syukron MT , sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan masukan-masukan yang membangun tugas akhir ini.
5. Seluruh Dosen, dan jajaran staf yang telah mendukung selama proses Studi
6. Orang Tua, Keluarga, Saudara-saudaraku, kekasih dan sahabat-sahabat yang selalu memberikan semangat dan dorongan besar bagiku serta memberikan hal yang terbaik bagiku.

7. Teman-teman teknik Industri semua, yang memberikan banyak informasi, semangat dan doa untukku.

Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan laporan ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna perbaikan isi dan materi

Wasalamu'alaikum Wr. Wb.



Jakarta, Agustus 2011

Penulis

Rr. Yulifa Woro Prawesti

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | |
| HALAMAN PENGESAHAN | i |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | ii |
| ABSTRAKSI | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 5 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.6 Metode Penulisan..... | 7 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 11 |
| 2.1 Teori Pemasaran..... | 11 |
| 2.2 Bauran Pemasaran..... | 13 |
| 2.3 Konsep Pemasaran..... | 15 |
| 2.3.1 Faktor yang mempengaruhi kegiatan pemasaran | 17 |
| 2.4. Faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembelian..... | 19 |
| 2.5. Proses keputusan pembelian..... | 22 |

| | |
|---|-----------|
| 2.6 Konsep Kepuasan Pelanggan..... | 26 |
| 2.7 Konsep Kualitas Jasa dan Pelayanan..... | 27 |
| 2.7.1 Pengertian Kualitas Jasa dan Pelayanan..... | 27 |
| 2.7.2 Dimensi Kualitas Jasa (Pelayanan)..... | 28 |
| 2.7.3 Prinsip-prinsip Kualitas Jasa..... | 31 |
| 2.7.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas jasa..... | 32 |
| 2.7.5 Pengukuran Kualitas Jasa..... | 34 |
| 2.8 Tujuan dan Manfaat Pelayanan terhadap Konsumen..... | 35 |
| 2.9 Peningkatan Pengguna Internet..... | 36 |
| 2.10 Kuisisioner..... | 37 |
| 2.10.1 Cara Mengumpulkan Data Online Secara Umum..... | 39 |
| 2.10.2 Netiquette dalam Dunia Maya..... | 40 |
| 2.10.3 Pertimbangan Umum Dalam Mencari Data Primer / Informasi di Internet | 42 |
| 2.10.4 Kesimpulan..... | 43 |
| 2.11 Skala Likert..... | 45 |
| 2.12 Uji Validasi dan Reliabilitas data..... | 46 |
| 2.12.1 Uji Validitas..... | 46 |
| 2.12.2 Uji Reliabilitas..... | 48 |
| 2.13 Diagram Kartesius..... | 49 |
| 2.14 Servqual..... | 51 |
| BAB III METOLOGI PENELITIAN..... | 60 |
| 3.1 Identifikasi Masalah..... | 60 |
| 3.1 Studi Pustaka dan Lapangan | 61 |
| 3.2 Tujuan Penelitian..... | 61 |
| 3.3 Pengumpulan Data..... | 62 |
| 3.4 Pengolahan Data..... | 63 |
| 3.5 Analisa Hasil Pengolahan Data..... | 63 |

| | |
|--|------------|
| 3.6 Kesimpulan dan Saran..... | 63 |
| BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA..... | 65 |
| 4.1 Sejarah Situs kaskus..... | 65 |
| 4.2 Pengumpulan Data..... | 66 |
| 4.2.1 kuisisioner..... | 66 |
| 4.2.2 Penyebaran Kuisisioner..... | 67 |
| 4.2.3 Pengujian Kuisisioner..... | 68 |
| 4.3 Pengolahan Data..... | 71 |
| 4.3.1 Nilai Kepuasan Pelayanan..... | 74 |
| 4.3.2 Nilai Kepentingan Pelayanan..... | 75 |
| 4.3.3 Score Servqual..... | 77 |
| 4.3.4 Diagram Kartesius..... | 78 |
| BAB V HASIL DAN ANALISA..... | 82 |
| 5.1 Analisa Karakteristik Responden..... | 82 |
| 5.2 Analisa Hasil Perngujian Kuesioner..... | 102 |
| 5.3 Kualitas Atribut Pelayanan..... | 104 |
| 5.3.1 Dimensi Tangible..... | 105 |
| 5.3.2 Dimensi Reliability..... | 107 |
| 5.3.3 Dimensi Responsiveness..... | 109 |
| 5.3.4 Dimensi Assurance..... | 111 |
| 5.3.5 Dimensi Emphaty..... | 113 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN..... | 121 |
| 6.1 KESIMPULAN..... | 121 |
| 6.2 SARAN..... | 123 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|---|----|
| Gambar 2.1 | Diagram Kartesius Tingkat Kepuasan dan Kepentingan..... | 50 |
| Gambar 2.2 | Matrik Urgenitas Kepuasan dan Kepentingan..... | 51 |
| Gambar 3.1 | Alur Metodologi Penelitian..... | 64 |
| Gambar 4.1 | Diagram Kartesius Kepuasan Member Kaskus..... | 80 |
| Gambar 4.2 | Matrik Urgenitas Kepuasan Member Kaskus..... | 81 |
| Gambar 5.1 | Perbandingan Jenis Kelamin Terhadap Jumlah Responden..... | 82 |
| Gambar 5.2 | Perbandingan Usia Responden Terhadap Jumlah Responden..... | 83 |
| Gambar 5.3 | Perbandingan Profesi Terhadap Jumlah Responden..... | 84 |
| Gambar5.4 | Perbandingan Status Pernikahan Terhadap Jumlah Responden | 85 |
| Gambar 5.5 | Perbandingan Jumlah Tanggungan Terhadap Jumlah Responden..... | 86 |
| Gambar 5.6 | perbandingan jumlah tanggungan terhadap jumlah responden..... | 87 |
| Gambar 5.7 | Pebandingan Join member terhadap jumlah responden | 89 |
| Gambar 5.8 | Pebandingan jumlah transaksi yang dilakukan terhadap jumlah responden..... | 90 |
| Gambar 5.9 | Pebandingan lamanya penggunaan layanan kaskus terhadap jumlah responden..... | 91 |
| Gambar 5.10 | Pebandingan tempat pengaksesan internet terhadap jumlah responden | 92 |
| Gambar 5.11 | Perbandingan seringnya penggunaan internet terhadap jumlah responden..... | 93 |
| Gambar5.12 | Perbandingan terakhir kali mengakses internet terhadap jumlah responden..... | 94 |
| Gambar 5.13 | Perbandingan informasi layanan forum jual beli terhadap jumlah responden..... | 95 |
| Gambar 5.14 | Perbandingan jenis barang yang dibeli/jual terhadap jumlah responden..... | 96 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 5.15 Perbandingan kepuasan keseluruhan forum jual beli terhadap jumlah Responden..... | 97 |
| Gambar5.16 Perbandingan rekomendasi forum jual beli terhadap jumlah responden | 98 |
| Gambar 5.17 perbandingan demografi responden dengan jumlah tertinggi responden | 101 |
| Gambar 5.18 Perbandingan antara persepsi dan ekspektasi dimensi tangible.... | 104 |
| Gambar 5.19 Rata-rata Gap Skor Dimensi Tangible..... | 105 |
| Gambar5.20 Perbandingan antara persepsi dan ekspektasi dimensi Reliability..... | 106 |
| Gambar 5.21 Rata-rata Gap Skor Dimensi Reliability..... | 108 |
| Gambar 5.22 Perbandingan antara persepsi dan ekspektasi dimensi Responsiveness | 108 |
| Gambar 5.23 Rata-rata Gap Skor Dimensi Responsiveness..... | 109 |
| Gambar 5.24 Perbandingan antara persepsi dan ekspektasi dimensi Assurance..... | 110 |
| Gambar 5.25 Rata-rata Gap Skor Dimensi Assurance..... | 112 |
| Gambar 5.26 Perbandingan antara persepsi dan ekspektasi dimensi Emphaty..... | 112 |
| Gambar 5.27 Rata-rata Gap Skor Dimensi Emphaty..... | 113 |



DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 4.1 | Format Jawaban skala Linkert..... | 67 |
| Tabel 4.2 | Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kinerja/Persepsi..... | 68 |
| Tabel 4.3 | Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harapan/Ekspektasi..... | 70 |
| Tabel 4.4 | Data Hasil Kuisisioner tingkat kepentingan Pelayanan/Ekspektasi..... | 71 |
| Tabel 4.5 | Data Hasil Kuisisioner tingkat Kepuasan Pelayanan/Persepsi..... | 72 |
| Tabel 4.6 | Nilai Tingkat Kepuasan Pelanggan..... | 74 |
| Tabel 4.7 | Nilai Tingkat kepentingan Pelayanan..... | 76 |
| Tabel 4.8 | Scor Servqual / Gap Score..... | 77 |
| Tabel 4.9 | Nilai Kepuasan dan Kepentingan..... | 79 |
| Tabel 5.1 | Jenis Kelamin Responden | 82 |
| Tabel 5.2 | Usia Responden | 83 |
| Tabel 5.3 | Profesi Responden..... | 84 |
| Tabel 5.4 | Status Pernikahan Responden | 85 |
| Tabel 5.5 | Jumlah Tanggungan (tidak termasuk responden) | 86 |
| Tabel 5.6 | Pengeluaran Sebulan dalam Transaksi di Kaskus Sub Forum Jual Beli | 87 |
| Tabel 5.7 | Join member..... | 89 |
| Tabel 5.8 | Jumlah Transaksi yang dilakukan di Kaskus Sub Forum Jual Beli | 90 |
| Tabel 5.9 | Lamanya Penggunaan Layanan Kaskus untuk Transaksi Jual Beli | 91 |
| Tabel 5.10 | Pengaksesan internet | 92 |
| Tabel 5.11 | Seberapa Sering Penggunaan Internet..... | 93 |
| Tabel 5.12 | Terakhir Kali Mengakses Forum Kaskus Sub Forum Jual Beli..... | 94 |
| Tabel 5.13 | Informasi Mengenai Layanan Fasilitas Transaksi Jual Beli Kaskus... | 95 |
| Tabel 5.14 | Barang yang Pernah Di Jual/Beli dari layanan Jual Beli Kaskus..... | 96 |
| Tabel 5.15 | Kepuasan Keseluruhan Terhadap Layanan Dalam Forum Kaskus Sub Forum Jual Beli..... | 97 |

| | |
|--|-----|
| Tabel 5.16 Rekomendasi Situs Forum Kaskus Sub Forum jual Beli Terhadap Orang Lain..... | 98 |
| Tabel 5.17 Demografi responden kaskus sub forum jual beli | 101 |
| Tabel 5.18 Hasil Pengujian Kuisisioner Validitas | 103 |
| Tabel 5.19 Hasil Pengujian Kuisisioner Reliabilitas..... | 104 |
| Tabel 5.20 Skor Servqual/Gap Score Rata-rata dimensi Tangibles..... | 105 |
| Tabel 5.21 Skor Servqual/Gap Score Rata-rata dimensi Reliability..... | 107 |
| Tabel 5.22 Skor Servqual/Gap Score Rata-rata dimensi Responsiveness..... | 109 |
| Tabel 5.23Skor Servqual/Gap Score Rata-rata dimensi Assurance..... | 111 |
| Tabel 5.24 Skor Servqual/Gap Score Rata-rata dimensi Emphaty..... | 113 |
| Tabel 5.25 Ranking Skor Servqual / Gap Score per Dimensi..... | 114 |
| Tabel 5.26 Ranking Skor Servqual / Gap Score per Atribut dilihat dari yang terbaik ke jelek..... | 115 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------|--|
| Lampiran 1 | Kuisisioner Demografi Responden |
| Lampiran 2 | Kuesioner Untuk Nilai Persepsi & Ekspektasi..... |

