

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
PEMBELIAN BARANG MELALUI MEDIA ONLINE
(STUDI KASUS PEMBELIAN BARANG MELALUI
FACEBOOK)**

SKRIPSI

NAMA : Melda Nopriaska

NIM : 43110811077



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
PEMBELIAN BARANG MELALUI MEDIA ONLINE
(STUDI KASUS PEMBELIAN BARANG MELALUI
FACEBOOK)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

NAMA : Melda Nopriaska

NIM : 43108110077



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

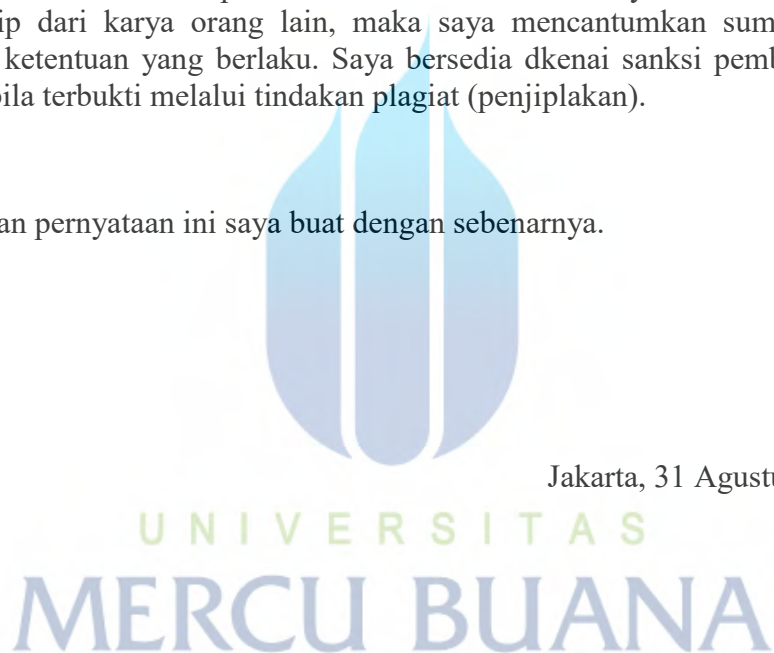
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Melda Nopriaska
NIM : 43108110077
Program Studi : Manajemen – Strata 1

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 melalui tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 31 Agustus 2010



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Melda Nopriaska)

NIM : 43108110077

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Melda Nopriaska
NIM : 4310811077
Program Studi : Manajemen – Strata 1
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Pembelian
Barang Melalui Media Online (Studi Kasus
Pembelian Barang Melalui Facebook)
Tanggal Lulus Ujian : 23 September 2010

Disahkan oleh :
Pembimbing Skripsi

(Drs. Wawan Purwanto, SE., MM)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(Dra . Yuli Harwani, MM)

(H. Arief Bowo Prayoga K, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Barang Melalui Media Online
(Studi Kasus Pembelian Barang Melalui Facebook)

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

Melda Nopriaska

43108110077

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 23 September 2010

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Drs. Wawan Purwanto, SE., MM)

Anggota Dewan Penguji

(Priyono SE, MM)

Anggota Dewan Penguji

(Hesti Maheswari SE. M.Si)

PENGANTAR

Segenap Puji Syukur dipanjatkan kehadiran Bapa di Surga, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Kepuasan pelanggan Terhadap Pembelian Barang Melalui Media Online (Studi Kasus Pembelian Barang Melalui Facebook)**” ini sebagai salah satu syarat guna meraih gelar kesarjanaan di Fakultas Ekonomi.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu diharapkan adanya kritik yang membangun yang dapat membantu perbaikan di masa depan.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Yenon Orsa, MT selaku Direktur PKSM.
2. Dra . Yuli Harwani, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. H. Arief Bowo Prayoga K, SE, MM selaku Kaprodi Strata-1 Manajemen.
4. Drs. Wawan Purwanto, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen program studi manajemen dan tata usaha Universitas Mercu Buana.

6. Bapak, Ibu, Adik dan seluruh keluarga yang turut ikhlas memberikan doa dan dukungannya
7. Rekan-rekan Telkomsel atas semua dukungannya hingga terselesaikannya skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun penulis sudah berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan bagi penulis dan bagi semua pihak yang membutuhkan.



Jakarta, 29 Agustus 2010

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Teori Pemasaran.....	9
2.2 Konsep Inti Pemasaran.....	13
2.3 Analisis Kepuasan Pelanggan	14

2.4 Konsep Kepuasan Pelanggan	16
2.5 Faktor Kepuasan Pelanggan.....	19
2.5.1 Harapan Pelanggan.....	23
2.6 Definisi <i>Electronic Commerce (e-commerce)</i>	24
2.7 Jenis dan Karakteristik <i>E-Commerce</i>	25
2.8 Keuntungan dan Kerugian <i>E-Commere</i>	27
2.9 Hambatan dan Peluang <i>E-Commerce</i>	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Objek Penelitian	33
3.1.1 Tempat Penelitian.....	33
3.1.2 Sejarah Facebook	34
3.2 Desain Penelitian.....	36
3.3 Variabel dan Skala Pengukuran	36
3.3.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Kuesioner	40
3.4.2 Studi Kepustakaan.....	40
3.5 Jenis Data	40
3.6 Populasi dan Sampel	41
3.7 Metode Analisis Data.....	41
3.7.1 Analisis Deskriptif	41
3.7.2 Uji Validitas dan Reabilitas Kuesioner	42
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50

4.1 Gambaran Umum Responden	50
4.3 Analisis Faktor	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	71



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Variabel	39
Tabel 3.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkatan Usia.....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan ...	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan.....	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan <i>Facebook</i>	54
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Barang yang dibeli melalui <i>Facebook</i>	54
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian Melalui <i>Facebook</i>	55
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran dalam Berbelanja melalui <i>Facebook</i>	56
Tabel 4.10 KMO dan Bartlett's Test	57
Tabel 4.11 Rekapitulasi Output Anti-Image Matrices.....	57
Tabel 4.12 Hasil Analisis Faktor Communalities	59

Tabel 4.13 Hasil Analisis Faktor Total Variance Explained	
Communalities	60
Tabel 4.14 Hasil Analisis Faktor Component Matrix	61
Tabel 4.15 Hasil Analisis Faktor Rotated Component Matrix.....	62
Tabel 4.16 Hasil Reduksi Analisis Faktor.....	64



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Kepuasan – Ketidakpuasan Pelanggan	15
Gambar 4.1 Grafik Pertumbuhan Pengguna Facebook di Dunia	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2: Hasil Kuesioner Pembelian Barang Melalui <i>Facebook</i> ..	73
Lampiran 3: Output SPSS Tabel Korelasi Uji Validitas	75
Lampiran 4: Output SPSS Tabel Uji Reabilitas.....	76
Lampiran 5: Ouput SPSS Tabel Analisis Faktor	77

