

Yogyakarta	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat	
Sumber :	5
Tanggal :	13-1-09
No. Reg. :	1. 100090071
	2. 1E/09/071



MERCU BUANA

**ANALISIS PERSEPSI PENGGUNA INTERNET
TERHADAP WEBSITE YELLOWPAGES**

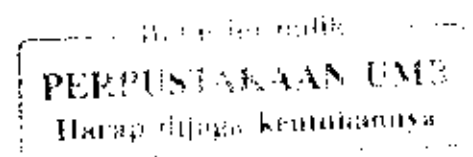
KARYA AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program
Pasca sarjana Program studi Magister Manajemen**

Oleh

Ita Konita

55105120096



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

2008

ABSTRACT

Website is an important tool for business marketing without any geographical or time constraints. Website yellowpages are directory site which means a site that contains varied contents which are divided into categories and subcategories. Website yellowpages can be use to find companies, products and services. This research attempts to analysed perception of users website yellowpages. The result show that perception from users website yellowpages about content, design & easy of use of the website will effect on intention users to continue using website yellowpages. Contents Website yellowpages according to visitor is the most important things because contents website yellowpages fills with complete & up to date information so it can fullfill all customer need. Easy of use is the second important things that influence internet user to use Website yellowpages because visitor expect easiness to search anything in a Website. Design Website is the third things that important to influence internet user to visit a Website. The result from research shows that Design Website Yellowpages already interesting for visitor.

Keywords: *perception, users, website, directory*

ABSTRAK

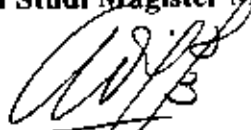
Website merupakan sarana penting untuk pemasaran tanpa batasan geografis dan waktu. *Website yellowpages* merupakan website direktori yang berisi informasi yang terbagi dalam kategori & sub kategori. *Website yellowpages* dapat digunakan untuk pencarian perusahaan, produk & jasa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa persepsi pengguna internet terhadap *website yellowpages*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan persepsi pengguna *website yellowpages* tentang isi, tampilan & kemudahan pemakaian akan mempengaruhi minat pengguna *website yellowpages* untuk tetap menggunakan *website yellowpages*. Isi *Website yellowpages* menurut responden menjadi hal paling penting karena isi yang ditawarkan berisi informasi yang lengkap dan up to date sehingga dapat memenuhi semua kebutuhan konsumen. Kemudahan pemakaian menjadi hal penting kedua bagi responden terhadap minat pengguna *website* karena responden mengharapkan kemudahan dalam setiap pencarian apapun dalam suatu *website*. Tampilan *Website* menjadi hal penting ketiga bagi responden terhadap minat pengguna *website* karena responden akan menjadi lebih tertarik untuk mengunjungi suatu *website* apabila tampilan *website* tersebut menarik minat pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan Tampilan *website yellowpages* sudah cukup menarik bagi pengunjung.

PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : Analisis Persepsi Pengguna Internet Terhadap Website
Yellowpages
Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis
Nama : Ita Konita
NIM : 55105120096
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : Oktober 2008

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen



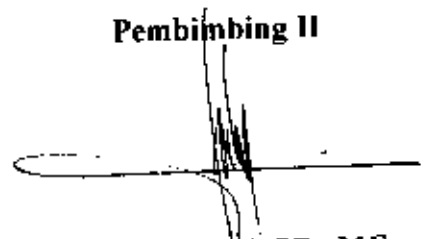
Dr. Ir. Har Adi Basri, MEd.

Pembimbing Utama



Dr. A. Arief Adnan, MBA.

Pembimbing II



Endi Rekanti, SE., ME.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : Analisis Persepsi Pengguna Internet Terhadap Website
Yellowpages
Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis
Nama : Ita Konita
NIM : 55105120096
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : 06 Oktober 2008

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 06 Oktober 2008


Ita Konita

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Kurnia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “ANALISIS PERSEPSI PENGGUNA INTERNET TERHADAP WEBSITE YELLOWPAGES”.

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk meraih gelar Magister Management pada universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. DR.Arief Adnan selaku dosen pembimbing utama atas segala bantuan & arahan yang diberikan agar penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Endi Rakerti, SE., ME selaku dosen pembimbing atas segala bantuan & arahan yang diberikan agar penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
3. Teman-teman angkatan VII atas segala dukungan yang diberikan agar penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
4. Dewan direktur dan semua dosen MM Universitas Mercu Buana yang telah memberikan kesempatan saya untuk belajar pada program pasca sarjana ini.
5. Semua staff MM UMB, baik yang di Meruya maupun di Menteng terima kasih atas bantuannya.

Universitas Indonesia
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Jurusan Manajemen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK.....	iii
PENGESAHAN TESIS.....	iv
PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Rumusan masalah dan pembatasan masalah	9
1.3. Tujuan dan kegunaan penelitian	10
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	11
2.1 Sejarah Perusahaan.....	11
2.2 Lingkup Bidang Usaha.....	12
2.3 Sumber daya.....	14
2.4 Tantangan Bisnis.....	15
2.5 Proses Bisnis.....	15

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESA.....	19
3.1. Kajian pustaka	19
3.2. Kajian pustaka terkait	27
3.3. Rerangka pemikiran	27
3.4. Hipotesa	29
BAB IV. METODOLOGI RISET	30
4.1 Tempat & waktu penelitian	30
4.2. Desain Riset	30
4.3. Variabel operasional dan pengukurannya	32
4.4. Populasi dan teknik pengambilan sample	33
4.5. Pengumpulan data	35
4.6. Proses analisis data dan uji hipotesis	36
BAB V. HASIL & ANALISIS.....	42
5.1 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	42
5.2. Profil Responden.....	46
5.3. Analisis Distribusi Frekuensi.....	49
5.4. Pengujian Hipotesa.....	51
BAB VI. KESIMPULAN & REKOMENDASI.....	64
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Rekomendasi.....	65
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	83

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Variabel Operasional.....	32
2. Uji Validitas.....	44
3. Persepsi Responden.....	50
4. Koefisien Determinasi Isi Website (X1).....	52
5. Uji Statistik t Isi Website (X1).....	53
6. Koefisien Determinasi Tampilan Website (X2).....	55
7. Uji Statistik t Tampilan Website (X2).....	55
8. Koefisien Determinasi Kemudahan Pemakaian (X3).....	57
9. Statistik t Kemudahan Pemakaian (X3).....	57
10. Koefisien Determinasi.....	59
11. Anova.....	60
12. Uji Statistik t.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Struktur Organisasi.....	14
2. Proses Bisnis.....	15
3. Tampilan Website.....	16
4. Multi Akses Informasi.....	18
5. Kerangka Pemikiran.....	28
6. Keterkaitan Variabel.....	29
7. Profil Responden Berdasarkan Usia Responden.....	46
8. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
9. Profil Responden Berdasarkan Status.....	47
10. Profil Responden Berdasarkan Strata.....	48
11. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	48
12. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan Responden.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
5.1 Hasil uji korelasi.....	71
5.2 Hasil uji reliabilitas.....	72
5.3. Analisa frekuensi deskriptif.....	73