

ABSTRACT

Kaskus is the largest virtual community site forum and the number one in Indonesia and its users is called with Kaskuser. Kaskus was born on November 6, 1999 by three young men from Indonesia that is Andrew Dervish, Ronald Stephen, and Budi Dharmawan, who is continuing studies in Seattle, USA. This site is managed by PT Dart Media Indonesia. Kaskus, which stands for Kasak Kusun, starts from the hobby of a small community that later evolved to the present. Kaskus visited by at least 600 thousand people, with the number of page views exceeding 15 million every day. Until now Kaskus already has more than 320 million posts.

Objectives to be accomplished by author in the conduct of this study was to determine the effect of customer satisfaction with customer loyalty in the buying / selling forum in Kaskus. In my research there is influence of customer satisfaction with customer loyalty in the forum buying / selling Kaskus.

Having done the analysis and calculations using regression, Kaskus can be said to have a good market to trade through the Internet, because users of Kaskus every day increased. And the results of the research I do there is the influence of customer satisfaction with customer loyalty by 22.28% while the remaining 77.72% influenced By other factors not measured in this study.

Key words: community forum site, trading via the Internet, consumer satisfaction, consumer loyalty.

ABSTRAK

Kaskus adalah situs forum komunitas maya terbesar dan nomer 1 Indonesia dan penggunaanya disebut dengan Kaskus. Kaskus lahir pada tanggal 6 November 1999 oleh tiga pemuda asal Indonesia yaitu Andrew Darwis, Ronald Stephanus, dan Budi Dharmawan, yang sedang melanjutkan studi di Seattle, Amerika Serikat. Situs ini dikelola oleh PT Dart Media Indonesia. Kaskus, yang merupakan singkatan dari *Kasak Kusun*, bermula dari sekedar hobi dari komunitas kecil yang kemudian berkembang hingga saat ini. Kaskus dikunjungi sedikitnya oleh 600 ribu orang, dengan jumlah *page view* melebihi 15.000.000 setiap harinya. Hingga saat ini Kaskus sudah mempunyai lebih dari 320 juta posting.

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam mengadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap kesetiaan konsumen di jual/beli Kaskus. Dalam hasil penelitian saya terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap kesetiaan konsumen di forum jual/beli Kaskus.

Setelah dilakukan analisis dan perhitungan menggunakan regresi dapat dikatakan Kaskus mempunyai pasar yang baik untuk melakukan perdagangan melalui internet, karena pengguna Kaskus setiap hari mengalami kenaikan. Dan hasil dari penelitian yang saya lakukan terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap kesetiaan konsumen sebesar 22,28 % sedangkan sisanya 77,72 % dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diukur dalam penelitian ini.

Kata kunci : situs forum komunitas, perdagangan melalui internet, kepuasan konsumen, kesetiaan konsumen.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	11

2.1.3	Keputusan Pembelian	21
2.1.4	Kepuasan Konsumen	27
2.1.5	Kesetiaan Konsumen	30
2.1.5.1	Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	31
2.1.5.2	Tipe-tipe Loyalitas Pelanggan	32
2.2	Kerangka pemikiran.....	36
2.3	Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
3.2	Jenis Penelitian.....	41
3.3.	Definisi Operasional Variabel	42
3.4	Populasi dan Sampel	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data	46
3.6	Alat Analisis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	53
4.1.1	Analisis Karakteristik Responden.....	53
4.1.2	Analisi Kepuasan Pelanggan di Forum Jual/Beli Kaskus	55
4.1.2.1	Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi dan Harapan Pelanggan Berdasarkan Kebutuhan dan Keinginan	55
4.1.2.2	Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi dan	

Harapan Pelanggan Berdasarkan Pengalaman Masa Lalu.....	58
4.1.2.3 Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi dan Harapan Pelanggan Berdasarkan Pengalaman Orang Lain	60
4.1.2.4 Analisi Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi dan Harapan Pelanggan Berdasarkan Komunikasi Melalui Iklan	62
4.1.3 Analisis Kesetiaan Konsumen Di Forum Jual/Beli Kaskus	64
4.1.3.1 Analisis Karakteristik Dari Pelanggan Yang Loyal Dalam Melakukan Pembelian Ulang Yang Konsisten	64
4.1.3.2 Analisis Karakteristik Dari Pelanggan Yang Loyal Dalam Merekomendasikan Produk Perusahaan Kepada Orang Lain.....	65
4.1.3.3 Analisis Karakteristik Dari Pelanggan Yang Loyal Kareng Konsumen Tidak Beralih Produk Pesaing.....	67
4.2 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Konsumen di Forum Jual/Beli Kaskus	69
4.2.1 Analisis Hubungan antara Kepuasan Konsumen dengan Kesetiaan Konsumen	69
4.2.2 Koefisien Determinasi.....	70
4.2.3 Pembahasan.....	71
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	 72
5.1 Simpulan	72

5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	96

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen 13
Gambar 2	Hirarki Kebutuhan Menurut Maslow 19
Gambar 3	Proses Pengembangan Pelanggan..... 35
Gambar 4	Kerangka Pemikiran 38

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Operasional Variabel..... 43
Tabel II	Derajat Hubungan dan Penafsiran 50
Tabel III	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 53
Tabel IV	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 53
Tabel V	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 54
Tabel VI	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan 54
Tabel VII	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi dan Harapan Pelanggan Berdasarkan Kebutuhan dan Keinginan..... 56
Tabel VIII	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi dan Harapan Pelanggan Berdasarkan Pengalaman Masa Lalu 58
Tabel IX	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi dan Harapan Berdasarkan Pengalaman Orang Lain..... 60
Tabel X	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi dan Harapan Berdasarkan Komunikasi Melalui Iklan..... 62
Tabel XI	Analisis Karakteristik Dari Pelanggan Yang Loyal Dalam Melakukan Pembelian Ulang Yang Konsisten..... 64
Tabel XII	Analisis Karakteristik Dari Pelanggan Yang Loyal Dalam Merekomendasikan Produk Perusahaan Kepada Orang Lain..... 66
Tabel XIII	Analisis Karakteristik Dari Pelanggan Yang Loyal Karena Konsumen Tidak Beralih Produk Pesaing 68
Tabel XIV	Koefisien Regresi..... 69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A	Kuesioner 76
Lampiran B	Jurnal..... 80
Lampiran C	Data Mentah..... 93
Lampiran D	Regresi SPSS 95