

ABSTRAK

Memasuki era globalisasi, banyak orang mulai mencoba menjalankan bisnis melalui internet. Keunggulan strategi bisnis yang dapat diperoleh dari internet adalah komunikasi global dan interaktif; menyediakan informasi dan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen; meningkatkan kerja sama; memungkinkan untuk membuka pasar, produk, atau pelayanan baru; serta mengintegrasikan aktivitas secara *on-line*. Aplikasi *Electronic Commerce* ada 2, yaitu: *Business-to-Consumer* dan *Business-to-Business Commerce*.

Dari penelitian yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online di sebuah *mailing-list* COSMOPOLITAN ini ditetapkan bahwa reputasi, keamanan dan kenyamanan, serta manfaat merupakan variabel-variabel bebas yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepercayaan konsumen terhadap *E-commerce*.

Dari hasil kuesioner yang telah dibagikan, diperoleh hasil bahwa ketiga acuan di sini, yaitu : variabel reputasi, keamanan dan kenyamanan, serta manfaat ini memiliki kaitan satu dengan yang lainnya. Hal ini bisa dilihat dari variabel reputasi, yang mengacu pada sampai sejauh mana sebuah toko *on-line* dapat dipercaya, juga variabel keamanan dan kenyamanan responden yang memperlihatkan sampai sejauh mana sebuah toko *on-line* bisa memberikan rasa aman dan nyaman kepada para konsumen, rasa aman dan percaya akan meningkatkan kepercayaan konsumen, serta variabel manfaat yang memperlihatkan bahwa belanja secara *on-line* jauh lebih mudah daripada berbelanja secara konvensional, sehingga membuat konsumen selalu kembali untuk melakukan transaksi *on-line*.

Dengan menggunakan analisis korelasi Rank Spearman, analisa dengan tingkat kepercayaan 95 % maka diperoleh bahwa nilai r hitung lebih besar daripada nilai r kritik, yang berarti setiap item yang digunakan adalah valid untuk digunakan.

Kata Kunci : *E-commerce*, *Business-to-Consumer*, *Business-to-Business Commerce*, toko *on-line*, reputasi, keamanan dan kenyamanan, manfaat, dan kepercayaan konsumen .

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Sistematik Bahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Pengertian <i>E-commerce</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2 Masalah <i>E-commerce</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kelebihan dan Kekurangan <i>E-commerce</i>	Error! Bookmark not defined.
2.4 Jenis <i>E-commerce</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5 Metode Pembayaran dan Jenis Distribusi pada <i>E-commerce</i>	21
2.5.1 Metode Pembayaran.....	22
2.5.2 Jenis Distribusi pada <i>e-commerce</i>	23
2.6 Pengembangan Sistem <i>E-commerce</i>	23
2.6.1 Tahapan Sistem <i>E-commerce</i>	23
2.6.2 Pengembangan Sistem <i>E-commerce</i>	Error! Bookmark not defined.

2.7	Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	Error! Bookmark not defined.
BAB III	METODA PENELITIAN	31
3.1	Metoda Penelitian yang Digunakan	31
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3	Metoda Pengumpulan Data	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data...	Error! Bookmark not defined.
3.5	Metoda Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Analisis Dekriptif Frekuensi	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1	Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	42
4.3	Analisa dan Interpretasi Data	44
4.3.1	Distribusi Frekuensi Reputasi	44
4.3.2	Distribusi Frekuensi Keamanan dan Kenyamanan	Error!
	Bookmark not defined.	
4.3.3	Distribusi Frekuensi Manfaat	53
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran.....	57
	DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR TABEL

Tabel	Tabel perbedaan B2C dengan B2B.....	21
Tabel 4.1.1	Usia	38
Tabel 4.1.2	Jenis Kelamin	39
Tabel 4.1.3	Pendidikan terakhir	39
Tabel 4.1.4	Pekerjaaan	40
Tabel 4.1.5	Pendapatan	40
Tabel 4.1.6	Pernahkah Anda membeli barang / jasa melalui internet?.....	41
Tabel 4.1.7	Seberapa seringkah Anda berbelanja melalui internet?.....	41
Tabel 4.2.1	Uji Validitas	42
Tabel 4.2.2	Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.3.1.1	Toko <i>on-line</i> ini telah dikenal dengan baik.	44
Tabel 4.3.1.2	Toko <i>on-line</i> ini sangat dihargai orang-orang	45
Tabel 4.3.1.3	Saya merasa jika toko <i>on-line</i> ini dapat dipercaya secara umum	45
Tabel 4.3.2.1	Toko <i>on-line</i> ini mengimplementasikan langkah-langkah keamanan untuk melindungi para pembelinya.....	46
Tabel 4.3.2.2	Toko <i>on-line</i> ini memiliki kemampuan memeriksa kebenaran identitas pembeli untuk tujuan keamanan.....	47
Tabel 4.3.2.3	Toko <i>on-line</i> ini meyakinkan saya, jika informasi transaksi terlindungi dari segala perubahan atau kerusakan.....	48
Tabel 4.3.2.4	Saya merasa aman dengan sistem pembayaran toko <i>on-line</i>	48

Tabel 4.3.2.5	Saya percaya toko <i>on-line</i> akan menggunakan informasi mengenai Saya secara masuk akal.....	49
Tabel 4.3.2.6	Proses pencarian dan penyeleksian produk yang akan di beli dilakukan dengan cepat dan mudah.....	50
Tabel 4.3.2.7	Proses pengiriman produk dilakukan dengan segera/ cepat...	50
Tabel 4.3.2.8	Pengaksesan informasi mengenai produk yang akan di beli dapat dilakukan dengan mudah.....	51
Tabel 4.3.2.9	Informasi yang ditampilkan pada situs selalu up-to-date	52
Tabel 4.3.3.1	Manfaat yang diperoleh dengan berbelanja di internet lebih besar daripada berbelanja secara konvensional	53
Tabel 4.3.3.2	Hasil yang diharapkan pada saat berbelanja di internet sesuai dengan apa yang diharapkan	54
Tabel 4.3.3.3	Berbelanja di internet merupakan suatu kebanggaan bagi Anda serta akan mendapatkan apresiasi dari orang lain	55