

ABSTRACT

The increasing globalization of the world economy in a broad market opportunities for the company. Information is needed to support the achievement of competitive advantage for the company. One of the media information that is currently widely used is the internet. According to Kotler and Keller (2009), the Internet is a nearly perfect market because information is instantaneous and buyers can compare offers from sellers worldwide. One of the Internet media that is often used to transact and look for information is the website. Website is one of the solutions in the transaction in the form of goods or services. According to researchers, users will be satisfied if the condition of the website can transact safely, convenient shopping, site design attractive, informative, communicative. Here is a company that will be examined car from Toyota. Here note that the car with the Toyota brand has been circulating in the market. Researchers wanted to see how big the Toyota car owners know about the existence of the Internet as a marketing medium in the online world. Then the influence of online media on customer satisfaction of user cars - the Toyota car.

Keywords: Safety, comfort, design, communicative, informative, website, internet, customer satisfaction

ABSTRAK

Meningkatnya globalisasi ekonomi di dunia membuka kesempatan pasar yang luas bagi perusahaan. Informasi sangatlah dibutuhkan untuk mendukung pencapaian keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Salah satu media informasi yang saat ini banyak digunakan adalah internet. Menurut Kotler dan Keller (2009), Internet adalah pasar yang hampir sempurna karena informasi adalah seketika dan pembeli dapat membandingkan penawaran dari penjual di seluruh dunia. Salah satu media internet yang sering digunakan untuk bertransaksi maupun mencari informasi adalah *Website*. *Website* merupakan salah satu solusi dalam melakukan transaksi baik berupa barang maupun jasa. Menurut Peneliti, Pengguna akan merasa puas bila dapat bertransaksi dengan kondisi website aman, nyaman berbelanja, desain situs menarik, informatif, komunikatif. Disini yang akan diteliti adalah perusahaan mobil dari Toyota. Disini diketahui bahwa mobil ber merk Toyota sudah banyak beredar di pasaran. Peneliti ingin melihat seberapa besar pemilik mobil Toyota tersebut mengetahui tentang adanya media internet sebagai marketing dalam dunia online. Lalu pengaruh media online tersebut terhadap kepuasan pelanggan dari pengguna mobil – mobil Toyota tersebut.

Kata-kata kunci: Aman, kenyamanan, design, komunikatif, informatif, *website*, *internet*, kepuasan pelanggan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Landasan Teoritis	8
2.1.1 Pengertian <i>Integrated Marketing Communication</i>	8

2.1.2	Pengertian Marketing	9
2.1.3	Pengertian Marketing <i>Mix</i>	9
2.1.4	Pengertian Promosi	11
2.1.5	Pengertian <i>Direct Marketing</i>	12
2.1.6	Pengertian <i>Personal Selling</i>	12
2.1.7	Pengertian Pemasaran Interaktif.....	13
2.1.8	Pengertian <i>Website</i>	13
2.1.9	Karakteristik <i>Website</i>	14
2.1.10	Kepuasan Pelanggan	14
2.1.11	Rerangka Teoritis	17
2.1.12	Rerangka Pemikiran	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		19
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.2	Jenis Penelitian.....	19
3.3	Populasi dan Sampel	19
3.4	Teknik Pengambilan dan Ukuran Sample.....	20
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	20
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7	Uji Instrumen	27
3.7.1	Uji Validitas	27
3.7.2	Uji Reliabilitas	28
3.7.3	Uji Normalitas.....	28
3.7.4	Uji Multikolinearitas.....	29

3.7.5 Uji Heteroskedastisitas.....	30
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda	31
3.8.1 Persamaan Regresi.....	31
3.8.2 Uji Hipotesis	31
3.8.3 Besar Pengaruh/ Koefisien Determinasi	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Uji Hasil Deskriptif.....	33
4.2 Uji Instrumen	63
4.2.1 Uji Validitas	63
4.2.2 Uji Reliabilitas	67
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.3.1 Uji Normalitas.....	68
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	70
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	71
4.4 Uji Hipotesis	71
4.4.1 Persamaan Regresi.....	73
4.5 Pembahasan.....	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82

LAMPIRAN..... 84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Teoritis	17
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran	18

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Website Toyota Sangat Nyaman Digunakan.....	33
Tabel 4.2 Dibutuhkan Waktu Yang Singkat Untuk Membuka Website	34
Tabel 4.3 Website Toyota Menyediakan Prosedur Yang Mudah Untuk Pemesanan	35
Tabel 4.4 Dapat Melakukan Pembelian Tanpa bantuan Banyak dalam Website Toyota.....	36
Tabel 4.5 Sangat Mudah Mempelajari Penggunaan Website	37
Tabel 4.6 Penampilan Situs Website Toyota Adalah Professional.....	38
Tabel 4.7 Cepat Dan Mudah Dalam Bertransaksi Di Website Toyota	39
Tabel 4.8 Sangat Mudah untuk Memahami Design Situs Website Toyota	40
Tabel 4.9 Situs Toyota Menunjukkan Tampilan Produk	41
Tabel 4.10 Design Website Toyota Menarik	42
Tabel 4.11 Website Toyota Menyediakan Informasi Kaya Fitur Dan Kualitas Produk.....	43
Tabel 4.12 Website Toyota Menyediakan Informasi Akurat.....	44
Tabel 4.13 Website Toyota Menyediakan Beragam Informasi (Harga, Cicilan, Tipe, Daftar Service)	45
Tabel 4.14 Website Toyota Memberikan Informasi Yang Bermanfaat.....	46
Tabel 4.15 Merasa Aman Ketika Bertransaksi Di Website Toyota.....	47
Tabel 4.16 Saya Memiliki Privasi Dalam Bertransaksi Di Website Toyota.....	48
Tabel 4.17 Saya Percaya Data Transaksi Saya Di Website Toyota Tersimpan Dengan Aman	49
Tabel 4.18 Saya Percaya Informasi Pribadi Saya Tidak di Salah Gunakan.....	50

Tabel 4.19 Website Toyota Tidak Akan Membuat Kesalahan Dalam Pembayaran..	51
Tabel 4.20 Website Toyota Mencegah Kebocoran E-mail Pribadi	52
Tabel 4.21 Konsumen Bebas Untuk Berbicara Tentang Ide Atau Keluhan	53
Tabel 4.22 Website Toyota memiliki FAQ Yang Baik.....	54
Tabel 4.23 Pelanggan Aktif Dapat Meninjau Produk Toyota Dan Pendaftaran Service	55
Tabel 4.24 Memberikan Kebebasan Bertukar Pendapat Antara Pelanggan	56
Tabel 4.25 Website Toyota Menyediakan E-mail dan Alamat Perusahaan Beserta No. Telp Yang Bisa Di Hubungi	57
Tabel 4.26 Puas Dengan Persembahan Website Toyota.....	58
Tabel 4.27 Puas Bertransaksi di Website Toyota.....	59
Tabel 4.28 Puas dengan Produk – Produk Toyota	60
Tabel 4.29 Puas Dengan Lingkungan Di Dalam Website Toyota	61
Tabel 4.30 Puas Dengan Pelayanan Online Service Toyota	62
Tabel 4.31 Uji Validitas Kenyamanan	63
Tabel 4.32 Uji Validitas Variabel Design Situs	64
Tabel 4.33 Uji Validitas Informatif.....	64
Tabel 4.34 Uji Validitas Keamanan	65
Tabel 4.35 Uji Validitas Komunikasi.....	66
Tabel 4.36 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	66
Tabel 4.37 Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.38 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.39 Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4.40 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71

Tabel 4.41 Hasil Pengujian ANOVA.....	72
Tabel 4.42 Persamaan Regresi	73
Tabel 4.43 Hasil Pengujian Parsial	76
Tabel 4.44 Model Summary.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Data Kuesioner	83
Lampiran Kuesioner.....	86
Lampiran Tabel	91