

# **Analisis Perilaku Konsumen Pembelian Online**

**(Studi Kasus Pada Situs Forum Jual Beli Kaskus)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik dan Melengkapi Sebagian**

**Syarat-syarat Guna Menyapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen**

**Universitas Dharma Persada**

**Diajukan Oleh :**

**Nama : Stefanie**

**Nim : 06410030**



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2010**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :


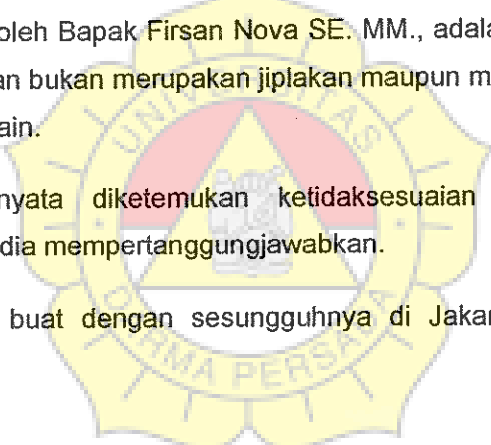

Nama : Stefanie  
No. Pokok : 06410030  
Jurusan/Permintaan : Manajemen/Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PEMBELIAN ONLINE (STUDI KASUS PADA SITUS FORUM JUAL BELI KASKUS)** yang dibimbing oleh Bapak Firsan Nova SE. MM., adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta pada tanggal 10 Agustus 2010.

Yang menyatakan,

  
  
  
Stefanie

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Stefanie  
Nomor Pokok : 2006410030  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : **ANALISIS PERILAKU KONSUMEN ONLINE  
(STUDI KASUS PADA SITUS FORUM JUAL BELI  
KASKUS)**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dihadapan Panitia Penguji Skripsi Sarjana Tanggal 10 Agustus 2010 dengan nilai A.

Jakarta, 10 Agustus 2010

Menyetujui

Ketua Jurusan Manajemen

(Firsan Nova, MM)

Menyetujui

Dosen Pembimbing

(Firsan Nova, MM)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Stefanie  
Nomor Pokok : 2006410030  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : **Analisi Perilaku Konsumen Online (Studi Kasus Pada Situs Forum Jual Beli Kaskus)**

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi Sarjana pada tanggal 10 Agustus 2010.

### PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1. Drs. Fauzi Baisyir, SE, MM	Ketua	-----
2. Firsan Nova, SE, MM	Anggota	-----
3. Sukardi Hardjo Sentono, SE, MM	Anggota	-----

Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi

(Jombrik SE, MM)

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan rahmat-Nya, dengan diiringi doa dan restu dari orang tua akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Perilaku Konsumen Pembelian Online (Studi Kasus pada Situs Forum Jual Beli Kaskus)”**.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu tugas akademik dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Untuk ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. **Bapak Jombrik SE, MM** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. **Bapak Firsan Nova SE. MM**, selaku dosen pembimbing dan Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Darma Persada yang telah menyediakan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan materi dan bimbingan moril dalam penulisan ini.
3. **Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada**, yang telah banyak membantu dalam kelancaran selama penyusunan skripsi.

4. **Seluruh responden**, yang telah bersedia membantu penulis dalam melakukan penelitian ini.
5. **Papa dan Mama**, tercinta atas doa, bimbingan, nasehat, motivasi dan pengorbanannya baik moril maupun materil kepada ananda. Tiada kesuksesan dan kebesaran hati tanpa restu dari Papa dan Mama.
6. **Dhani Juliandri *my spesial one***, yang selalu memotivasi dan memberi semangat dalam segala kondisi, yang selalu sabar. Terima kasih banyak atas doa sepanjang waktu, dukungan dan kasih sayang yang telah kamu berikan selama ini.
7. **Sahabatku, Adinda, Tika, Tina, Iqbal, Panca, Fikri, Putra, Aldi**, atas doa, motivasinya dan senantiasa selalu ada menemani penulis
8. **Teman-teman seperjuangan, FE UNSADA angkatan 2006**. Saat-saat kuliah adalah saat-saat yang tidak mungkin penulis lupakan.
9. **Dan pihak yang lainnya** yang tidak mungkin penulis sebutkan, yang telah mendukung dalam penulisan skripsi ini.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, disebabkan oleh keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik yang positif sangat penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini.

Jakarta, Agustus 2010

Penulis,

## ABSTRAK

**STEFANIE : 2006410030 Judul Penelitian : Analisis Perilaku Konsumen Pembelian Online (Studi Kasus Pada Situs Forum Jual Beli Kaskus). Di bawah bimbingan Firsan Nova.**

Tujuan penelitian: untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen pembelian online terhadap situs forum jual beli kaskus.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis multi atribut *Fishbein*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 100 responden 94 atau (94%) responden berjenis kelamin pria. Sebanyak 82 responden atau (82%) melakukan transaksi melalui kaskus sebanyak lebih dari empat kali. Berdasarkan hasil analisis *Fishbein*, sikap konsumen berada pada nilai 91,97, terletak diantara 22,55 dan maksimal 112,75.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>II. LANDASAN TEORI</b>	
A. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	7
B. Perilaku Konsumen .....	9
C. Model Perilaku Konsumen .....	10
D. Faktor-faktor Yang mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	13
E. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	16

F. Analisis Perilaku Konsumen .....	18
G. Internet .....	23
H. <i>E-Commerce</i> .....	27
I. Jenis <i>E-Commerce</i> .....	31
J. Manfaat <i>E-Commerce</i> .....	34
K. Keterbatasan Teknis <i>E-Commerce</i> .....	36
L. Keterbatasan Non Teknis <i>E-Commerce</i> .....	36
M. Peluang <i>E-Commerce</i> Di Indonesia .....	37
N. Kerangka Pikir .....	38

### III. METOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	41
B. Jenis dan Sumber Data .....	41
C. Populasi dan Sample .....	42
D. Teknik Pengambilan Sample.....	42
E. Metode Pengolahan Data dan Analisis Data .....	43
F. Definisi Variabel Operasional .....	46

### IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan .....	47
B. Profile Responden .....	50
C. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Barang Melalui Forum Komunitas Situs Jual Beli Kaskus .....	54
D. Analisis Multi Atribut Fishbein .....	56
E. Analisis Keseluruhan Sikap Perilaku Konsumen .....	66

**V. KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	71
B. Saran .....	71

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>75</b>
-----------------------	-----------



## DAFTAR TABEL

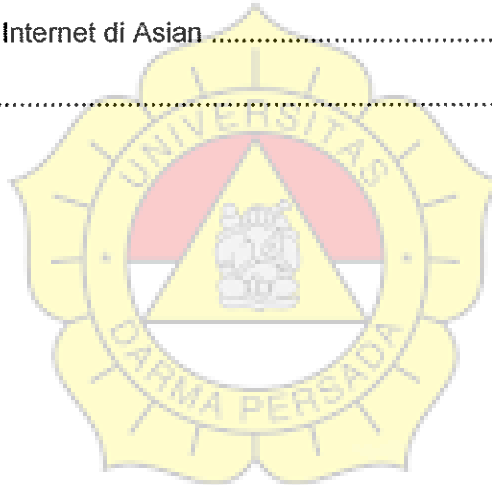
Tabel 1.1	Data Pengunjung Kasus Dari Tiap-Tiap Kota .....	3
Tabel 2.1	Perbedaan Marketplace dan Marshetpace .....	30
Tabel 3.1	Katagori Skala Likert .....	45
Tabel 3.2	Katagori Skala Likert .....	45
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Status .....	52
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Penghasilan .....	52
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Pendidikan .....	53
Tabel 4.6	Responden Yang Pernah Melakukan Transaksi di Kasus .....	54
Tabel 4.7	Transaksi Dalam Satu Tahun .....	55
Tabel 4.8	Lamanya Menggunakan Layanan Kasus .....	55
Tabel 4.9	Informasi Tentang Kasus .....	56
Tabel 4.10	Kemudian Transaksi (Belief) .....	57
Tabel 4.11	Kemudian Transaksi (Evaluasi) .....	58
Tabel 4.12	Barang (Belief).....	59
Tabel 4.13	Barang (Evaluasi) .....	60
Tabel 4.14	Kepercayaan (Belief) .....	61
Tabel 4.15	Kepercayaan (Evaluasi) .....	62
Tabel 4.16	Kecepatan Pengiriman Barang (Belief).....	63
Tabel 4.17	Kecepatan Pengiriman Barang (Evaluasi).....	64
Tabel 4.18	Ketersediaan Barang (Belief) .....	65
Tabel 4.19	Ketersediaan Barang (Evaluasi) .....	66

Tabel 4.20 Mencari Nilai Sikap / Perilaku Konsumen .....	67
Tabel 4.21 Sikap Konsumen Dengan Keyakinan Ideal Sebesar 5 .....	67
Tabel 4.22 Sikap Konsumen Dengan Keyakinan Ideal Sebesar 4.....	68
Tabel 4.23 Sikap Konsumen Dengan Keyakinan Ideal Sebesar 3 .....	68
Tabel 4.24 Sikap Konsumen Dengan Keyakinan Ideal Sebesar 2.....	69
Tabel 4.25 Sikap Konsumen Dengan Keyakinan Ideal Sebesar 1 .....	69



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Empat Jenis Perilaku Konsumen .....	12
Gambar 2.2 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap .....	18
Gambar 2.3 Tahapan Antara Evaluasi Alternatif dan Kepuasan Pembelian .. .....	20
Gambar 2.4 Hubungan Antara Komponen Dalam Model Perilaku dan Sikap Fishbein .....	21
Gambar 2.5 Pengguna Internet Dunia .....	26
Gambar 2.6 Negara Pengguna Internet di Asian .....	26
Gambar 2.7 Kerangka Pikir .....	27



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik .....	76
Lampiran 2 Kuesioner .....	107
Lampiran 3 Buku Kode .....	110
Lampiran 4 Tabuasi Data .....	114



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti ini dan ditambah pula perkembangan teknologi yang semakin maju, banyak cara yang dilakukan oleh seorang penjual barang untuk memasarkan barang dagangannya. Salah satunya melalui media elektronik yaitu komputer. Seiring perkembangannya, komputer sudah banyak mengalami kemajuan yang semakin pesat ditambah dengan adanya internet. Pemasaran melalui media internet sangat menguntungkan bagi produsen, karena sistem pelayanan melalui internet sangat efisien dan praktis disamping hemat waktu dalam proses pemasarannya.

Internet merupakan media yang penting untuk berkomunikasi antara penjual dengan konsumen. Setidaknya ada enam alasan mengapa teknologi internet begitu populer. Keenam alasan tersebut adalah internet memiliki konektivitas dan jangkauan yang luas, dapat mengurangi biaya komunikasi, biaya transaksi yang lebih rendah, dapat mengurangi biaya *agency*, interaktif, fleksibel, dan mudah serta memiliki kemampuan untuk mendistribusikan pengetahuan secara cepat.

Pemasaran ini pun dinamakan pemasaran online (*online shop*). Kesempatan yang diambil tidak sia-sia, karena pemasaran seperti ini menyita

banyak perhatian halayak luas yang senang terhadap media jejaring-jejaring seperti ini. Banyak produk yang laris manis sama halnya terhadap pemasaran melalui media langsung. Banyak macam barang yang dijual dalam *online shop*, seperti baju, tas, kue, sepatu, aksesoris wanita, barang-barang elektronik, sampai dengan usaha dibidang *property*.

Untuk Negara Indonesia sendiri, Kaskus atau kasak kusus hadir sebagai forum komunikasi *online* yang saat ini menjadi situs forum komunitas maya terbesar Indonesia. Kaskus lahir pada tanggal 6 November 2000 oleh 3 pemuda asal Indonesia yang sedang melanjutkan studi di Seattle, Amerika Serikat. Anggotanya, yang berjumlah lebih dari 855.674, tidak hanya berdomisili dari Indonesia namun tersebar juga hingga negara lainnya. Pengguna Kaskus umumnya berasal dari kalangan remaja hingga orang dewasa. Saat ini, kaskus tidak hanya menjadi Infrastruktur digital yang menyediakan sarana efisien untuk komunikasi dan pertukaran informasi tapi juga menjadi wahana untuk melakukan transaksi jual beli secara *online* layaknya *amazon.com*, yang bisa membantu mencari nafkah bagi anggotanya. Untuk kegiatan ini, Kaskus menyediakan sarana yang disebut Forum Jual Beli. Berjualan di forum jual beli diistilahkan dengan buka lapak. Berikut ini tabel 1 bulan terakhir (bulan Juni) sebatas data pengunjung kaskus dari tiap-tiap kota:

Tabel 1.1

## Data Pengunjung Kaskus Dari Tiap-tiap Kota

Rank	City	Visits	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits
1	Jakarta	14.582.895	20,23	0:34:53	21,10%
2	(not set)	3.481.263	9,31	0:16:12	26,81%
3	Bandung	2.411.254	20,63	0:34:06	24,67%
4	Surabaya	1.926.301	17,48	0:32:06	27,19%
5	Yogyakarta	997.810	21,52	0:35:13	31,84%
6	Semarang	869.595	18,36	0:30:52	36,63%
7	Depok	618.563	20,06	0:31:27	27,84%
8	Medan	416.237	15,58	0:26:17	45,81%
9	Malang	398.181	18,7	0:31:09	36,52%
10	Palembang	383.963	17,95	0:27:27	39,03%
11	Tangerang	375.481	20,27	0:31:36	28,50%
12	Makassar	265.875	11,96	0:22:39	48,53%
13	Denpasar	226.665	17,76	0:31:41	32,99%
14	Banjarmasin	213.939	16,17	0:26:36	38,27%
15	Salatiga	203.986	17,32	0:29:17	33,98%
16	Madiun	199.991	14,58	0:24:33	44,75%
17	Bogor	190.666	21,08	0:32:45	33,31%
18	Samarinda	182.018	17,77	0:28:07	32,02%
19	Singapore	156.673	16,25	0:36:57	20,73%
20	Cirebon	149.314	16,16	0:25:47	41,74%

Sumber : Kaskus, data bulan Juni 2010

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa *Page/visit* adalah pengunjung dari daerah tersebut (misalnya Jakarta) rata-rata membuka berapa halaman kaskus setiap kali pengunjung membuka situs. Lebih tepatnya *visit* adalah kalau 1 orang mengakses kaskus di periode yang di *tracking* (pelacakan) maka di hitung 1 *visits*, sedangkan kalau pengunjung tersebut adalah member tapi dalam periode tersebut tidak pernah mengakses kaskus tidak akan dihitung sebagai *visitis*. Karena rata-rata di Jakarta nilainya adalah 20,23 dan itu data selama 1 bulan, jadi dalam 1 bulan, rata-rata tiap pengunjung di Jakarta yang mengakses. Sedangkan *time on site* adalah jangka waktu atau lamanya mereka membuka situs dalam tiap kali kunjungan. *New visits* adalah jumlah persentase

pertambahan orang yg mengakses forum kaskus dari kota terkait dalam jangka waktu 1 bulan. *Not set*, muncul karena terkadang situs kaskus di akses di kota-kota kecil yang tidak terdaftar di *google map*. Jadi, kota-kota kecil yang tidak terdaftar itu oleh *google analytics* dimasukkan ke golongan *not set*.

Belanja secara *online* saat ini telah menjadi pilihan banyak pihak untuk memperoleh barang. Hal yang menjadi pertimbangan diantaranya kemudahan transaksi, keunikan barang yang ditawarkan, harga yang cukup bersaing, kualitas barang. Kaskus sebagai salah satu situs yang mewadahi jual beli secara *online* pun telah banyak berbenah untuk menjaring peminat untuk lebih banyak bertransaksi melalui situs tersebut. Namun, keputusan apakah seseorang ingin melakukan jual beli melalui kaskus adalah mutlak keputusan masing-masing individu. Alasan kepuasan selama bertransaksi jual beli melalui kaskus adalah hal utama yang menjadi pertimbangan. Faktor-faktor apa yang melahirkan kepuasan bagi seseorang saat melakukan transaksi jual beli melalui kaskus tentunya perlu penyelidikan lebih jauh.

Kita sebagai pembeli dapat bertanya-tanya kepada penjualnya langsung tentang produk yang ingin kita beli dengan cara mengomentari tentang barang yang ingin kita beli. Pembeli yang aktif pasti akan banyak bertanya secara detail terhadap barang yang akan dibeli, semua ini dilakukan agar tidak kecewa setelah barang ini sudah ditangan kita atau sudah kita beli. Malah jika kita beruntung kita dapat memesan suatu barang secara tersendiri, artinya kita dapat menyesuaikan atau memberitahukan desain atau keinginan kita kepada penjual barang tersebut.

Barang yang sudah kita pilih dan yakin untuk kita beli, akan segera dikirim kepada kita sesuai dengan alamat yang telah kita konfirmasi kepada penjual barang tersebut. Tetapi lain halnya dengan pemasaran barang, pemasaran kue memiliki tingkat pengiriman yang sangat sulit, kecuali jika si penjual memiliki jasa antar pesan tersendiri. Karena semuanya kembali kepada kualitas, kuantitas, dan keutuhan produk agar tetap terjaga. Perkembangan teknologi dapat mempengaruhi perilaku masyarakat tentang pemasaran yang dapat dilakukan melalui internet. Pemasaran seperti ini sangat diminati banyak masyarakat luas. Tetapi kita sebagai pembeli tetap harus benar-benar cermat dan teliti untuk menghindari penipuan dengan berbagai modus. Dengan semakin banyaknya pengguna internet diharapkan dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dalam melakukan pembelian barang atau jasa.

Berdasarkan alasan tersebut di atas, maka dipandang perlu untuk melakukan penelitian dengan tema **“Analisis Perilaku Konsumen Pembelian Online”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, permasalahan yang timbul dan akan dianalisis dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku konsumen pembelian online terhadap situs forum jual beli kaskus?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen pembelian *online* studi kasus pada situs forum jual beli kaskus?

### D. Manfaat Penelitian

Dengan diketahuinya perilaku konsumen terhadap pembelian barang melalui situs forum jual beli kaskus, maka penelitian ini dapat dijadikan perusahaan sebagai acuan untuk membantu memberikan masukan dan lebih meningkatkan mutu dalam hal melayani konsumen ke tahap yang lebih baik lagi.

