

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap  
Kepercayaan Merek dalam Jaringan (Studi Kasus Pada  
Forum Jual Beli [www.kaskus.us](http://www.kaskus.us))**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi (S1) Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Disusun Oleh:**

**ANDREAWAN TARIGAN**

**NPM: 05 03 15771**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA**

**2011**

**SKRIPSI**

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi  
terhadap Kepercayaan Merek dalam Jaringan (Studi  
Kasus Pada Forum Jual Beli [www.kaskus.us](http://www.kaskus.us))**

**Disusun Oleh:**

**ANDREAWAN TARIGAN**

**NPM: 05 03 15771**

**Telah dibaca dan disetujui oleh :**

**Dosen Pembimbing**



**Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

**15 Juli 2011**

## SKRIPSI

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Kepercayaan Merek dalam Jaringan (Studi Kasus Pada Forum Jual Beli www.kaskus.us)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

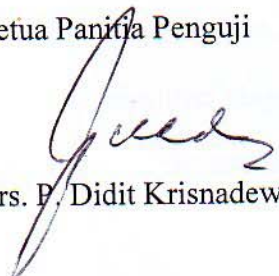
**Andreawan Tarigan**

**NPM: 05 03 15771**

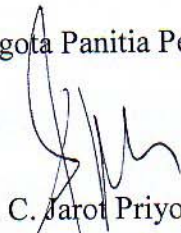
Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 11 Agustus 2011 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

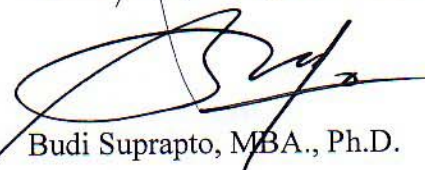
#### SUSUNAN PANITIA PENGUJI:

Ketua Panitia Penguji

  
Drs. P. Didit Krisnadewara, MM

Anggota Panitia Penguji

  
Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

  
Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Yogyakarta, 11 Agustus 2011

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. Dorothea Wahyu Ariani, S.E., MT.

## **PERNYATAAN**

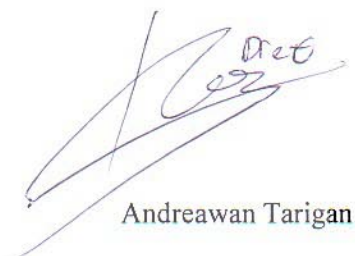
Saya yang bertandatangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Kepercayaan  
Merek dalam Jaringan (Studi Kasus Pada Forum Jual Beli  
[www.kaskus.us](http://www.kaskus.us))**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan kaki atau daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Juli 2011

Yang menyatakan



Andreawan Tarigan

**HALAMAN MOTTO**



True art is alive, and  
inspired by humanity -

**Leonid Afremov**

## HALAMAN PERSEMBAHAN



**Skripsi Ini kupersembahkan untuk:**

- **Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa mencurahkan cinta kasihNya.**
  - **Ayah ibu ku tidak pernah lupa akan diriku.**
  - **Adik – adikku yang kubanggakan**
- **Dan orang-orang di sekitarku yang banyak memberi arti kehidupan.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan sebesar-besarnya pada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi berbagai jalan sampai pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan oleh penulis. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan banyak pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, secara moral, spiritual, dan materiil. Dalam penulisan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa ada di samping penulis untuk memberikan berbagai jalan dan pencerahan dalam menghadapi berbagai rintangan dan hambatan.
2. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing utama dan selaku ketua program studi Ekonomi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan, masukan, waktu, petunjuk dan pengarahan selama penelitian sehingga penulisan tugas akhir ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. Yang selalu mendorong agar terselesaikan tugas akhir ini, terima kasih atas ilmu fotografi nya yang tak segan untuk dibagi dan ditularkan.

4. Segenap dosen dan karyawan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan banyak pengetahuan kepada penulis selama berada di bangku kuliah.
5. Segenap Staff Perpustakaan yang selalu membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir penulis
6. Bapak dan Ibu terkasih yang senantiasa memberikan dukungan dan tidak pernah bosan bertanya tentang kelulusan penulis.
7. Adik – adikku (yang banyak memberi semangat dan bantuan secara tenaga dan materi), Satria dan David.
8. Sahabatku Natalia Situmorang yang selalu memberikan dan menawarkan bantuan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
9. Teman-teman Makassar yang berdomisili di jogja yang senantiasa memberikan tekanan positif, Ary, Aristo, Ricky, Wahyu, Yane.
10. Pembangkit semangatku yang terus menopang ketika jatuh Natalia, Ika, Yane.
11. Teman-teman Cluster FE UAJY Tara, Jeki , Nat , Danu, Viky boster, Mamok, Rina, Angel, Dayat, Chiko, Rully, Danan, Timmy, Ciko.
12. Ida Kusuma Astuti atas segala masukan dan bantuannya selama ini.
13. Seluruh teman dan saudaraku yang telah memberikan banyak motivasi agar saya dapat cepat lulus.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Dan



pada akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan seluruh pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Juli 2011

Penulis,  
Andreawan Tarigan

## DAFTAR ISI

|                                                              |      |
|--------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                                          | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....                         | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....                             | iii  |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                                     | iv   |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....                          | v    |
| KATA PENGANTAR .....                                         | vii  |
| DAFTAR ISI .....                                             | x    |
| DAFTAR TABEL .....                                           | xii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                          | xiii |
| Intisari .....                                               | xiv  |
| I. PENDAHULUAN                                               |      |
| 1. Latar Belakang Masalah .....                              | 1    |
| 2. Rumusan Masalah .....                                     | 5    |
| 3. Batasan Masalah .....                                     | 6    |
| 4. Tujuan Penelitian .....                                   | 6    |
| 5. Manfaat Penelitian .....                                  | 7    |
| 6. Sistematika Penulisan .....                               | 8    |
| II. LANDASAN TEORI                                           |      |
| 1. Internet .....                                            | 10   |
| 2. Sejarah Internet .....                                    | 10   |
| 3. Budaya Internet .....                                     | 13   |
| 4. Situs Web ( <i>Web Site</i> ) .....                       | 14   |
| 5. E – Commerce .....                                        | 15   |
| 1. Pengertian E – Commerce .....                             | 15   |
| 2. Jenis – jenis E – Commerce .....                          | 17   |
| 3. Tujuan Menggunakan E – Commerce dalam Dunia Bisnis ...    | 18   |
| 4. Manfaat Menggunakan E – Commerce dalam Dunia Bisnis ...   | 18   |
| 5. Ancaman Menggunakan E – Commerce ( <i>Threats</i> ) ..... | 21   |
| 6. Keamanan dan Kerahasiaan Data Internet .....              | 22   |

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| 1. Keamanan Data .....                                       | 22 |
| 2. Kerahasiaan Pribadi .....                                 | 24 |
| 7. Merek .....                                               | 26 |
| 1. Definisi Pengertian Merek / Merk / <i>Brand</i> .....     | 26 |
| 2. Jenis – jenis dan Macam – macam Merek .....               | 27 |
| 3. Strategi Merek / Merk ( <i>Brand Strategies</i> ) .....   | 28 |
| 8. Pengalaman, Informasi, dan Kerpercayaan akan Merek .....  | 29 |
| 1. Pengalaman .....                                          | 29 |
| 2. Informasi .....                                           | 29 |
| 3. Kerpercayaan akan Merek .....                             | 30 |
| 4. Kerangka Pemikiran .....                                  | 31 |
| 9. Hipotesis Penelitian .....                                | 32 |
| <br>III. METODE PENELITIAN                                   |    |
| 1. Jenis Penelitian .....                                    | 33 |
| 2. Tempat dan Waktu Penelitian.....                          | 34 |
| 3. Subjek dan Objek .....                                    | 34 |
| 4. Jenis dan Metode Pengumpulan Data .....                   | 34 |
| 1. Metode Pengumpulan Data .....                             | 34 |
| 2. Jenis Data .....                                          | 35 |
| 5. Populasi dan Sampel .....                                 | 36 |
| 1. Populasi .....                                            | 36 |
| 2. Sampel .....                                              | 36 |
| 6. Variabel Penelitian .....                                 | 37 |
| 1. Variabel Bebas atau <i>Independent Variable</i> (X) ..... | 37 |
| 2. Variabel Terikat atau <i>Dependent Variable</i> (Y) ..... | 37 |
| 7. Instrumentasi dan Teknik Pengujian Data .....             | 38 |
| 1. Instrumen Penelitian .....                                | 38 |
| 2. Teknik Pengujian Data .....                               | 39 |
| 1. Uji Validitas .....                                       | 39 |
| 2. Uji Reliabilitas.....                                     | 40 |

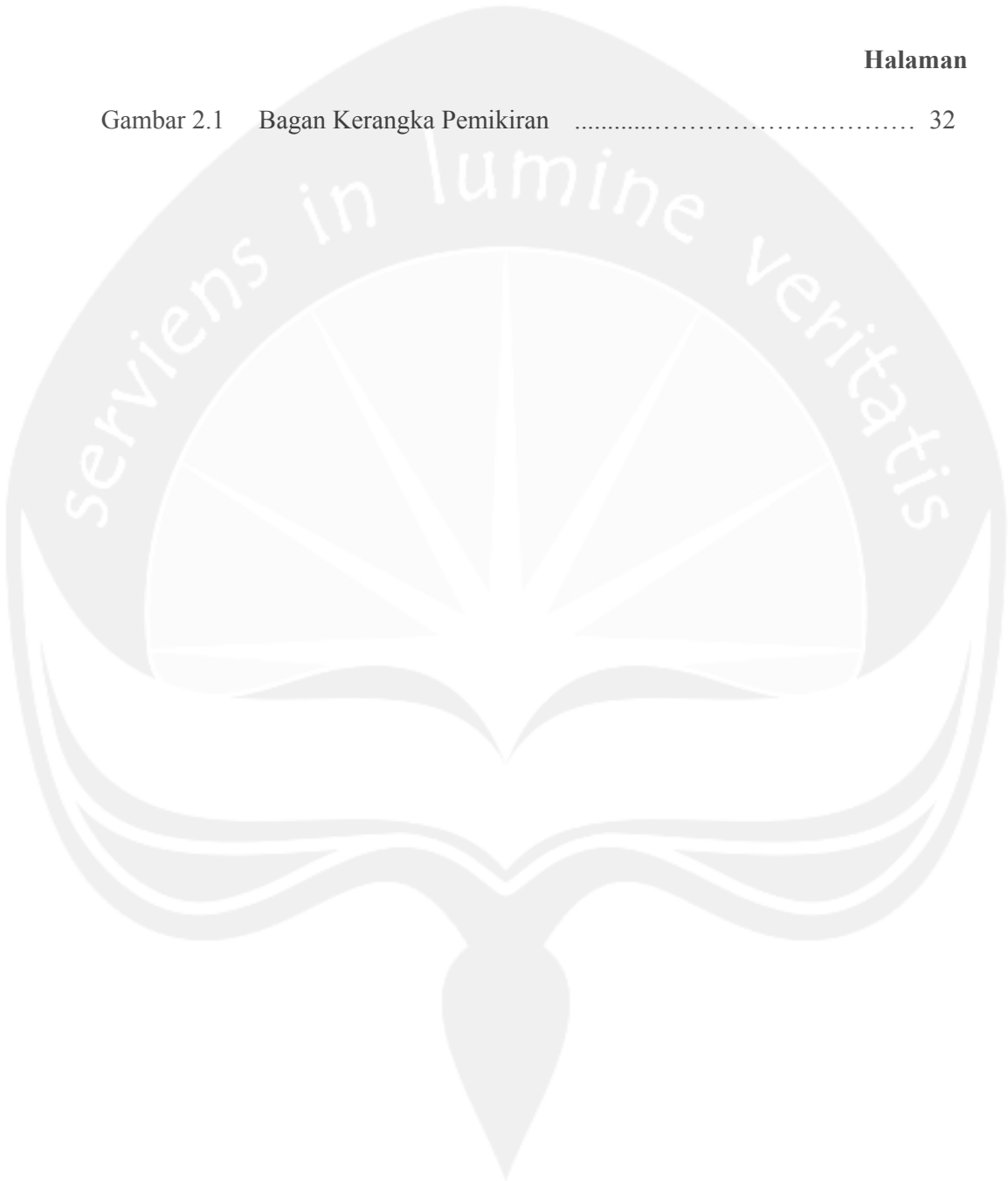
|                                                  |      |
|--------------------------------------------------|------|
| 8. Metode Analisis Data .....                    | 41   |
| 1. Analisis Regresi Berganda .....               | 41   |
| 2. Uji F .....                                   | 42   |
| 3. Uji T .....                                   | 42   |
| 4. Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....               | 42   |
| IV. ANALISIS DATA .....                          |      |
| 1. Analisis Data .....                           | 43   |
| 1. Hasil Uji Instrumen .....                     | 43   |
| 2. Deskripsi Karakteristik Responden .....       | 46   |
| 3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian ..... | 51   |
| 4. Pengujian Hipotesis .....                     | 56   |
| 2. Pembahasan .....                              | 61   |
| V. Penutup .....                                 |      |
| 1. Kesimpulan .....                              | 63   |
| 2. Saran .....                                   | 64   |
| DAFTAR PUSTAKA .....                             | 66   |
| LAMPIRAN .....                                   | xiii |

## DAFTAR TABEL

|                                                                      | Halaman |
|----------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 3.1 Tabel Pengukuran Variabel .....                            | 39      |
| Tabel 4.1 Tabel Hasil Uji Validitas .....                            | 44      |
| Tabel 4.2 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....                          | 46      |
| Tabel 4.3 Tabel Responden Berdasarkan Gender .....                   | 47      |
| Tabel 4.4 Tabel Responden berdasarkan Usia .....                     | 48      |
| Tabel 4.5 Tabel Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....      | 49      |
| Tabel 4.6 Tabel Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                | 50      |
| Tabel 4.7 Tabel Tanggapan Responden Terkait Keamanan .....           | 51      |
| Tabel 4.8 Tabel Tanggapan Responden Terkait <i>Privacy</i> .....     | 52      |
| Tabel 4.9 Tabel Tanggapan Responden Terkait <i>Brand Name</i> .....  | 53      |
| Tabel 4.10 Tabel Tanggapan Responden Terkait <i>Experience</i> ..... | 54      |
| Tabel 4.11 Tabel Tanggapan Responden Terkait Informasi .....         | 55      |
| Tabel 4.12 Tabel <i>Brand Trust</i> .....                            | 56      |
| Tabel 4.13 Tabel Hasil Analisis Regresi .....                        | 57      |
| Tabel 4.14 Tabel Nilai Signifikansi Uji T .....                      | 58      |
| Tabel 4.15 Tabel Nilai Signifikansi Uji F .....                      | 59      |
| Tabel 4.16 Tabel Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....                | 60      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                           | Halaman |
|-------------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran ..... | 32      |



# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK PADA FORUM JUAL BELI MELALUI JARINGAN INTERNET WWW.KASKUS.US

## Intisari

Forum kaskus.us merupakan salah satu forum online terbesar di Indonesia yang memberikan fasilitas jual beli kepada anggotanya. Mengingat pentingnya keamanan (*security*), kerahasiaan (*privacy*), (*brand name*), pengalaman (*experience*), dan informasi (*information*) bagi perdagangan secara *online* untuk dapat bertahan dan meningkatkan kepercayaan konsumen serta meningkatkan eksistensi forum kaskus, maka peneliti tertarik untuk menelaah, menganalisa, dan mencari pengaruh dari keamanan (*security*), kerahasiaan (*privacy*), *brand name*, pengalaman (*experience*), dan informasi (*information*) terhadap *brand trust* atau kepercayaan konsumen terhadap bisnis secara *online*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang terkait dalam pembelian *online* atau transaksi digital seperti: *security*, *privacy*, *brand name*, *experience*, dan *information* terhadap *brand trust* dari FJB Kaskus secara simultan dan parsial, serta untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi *brand trust* dari FJB Kaskus diantara faktor-faktor tersebut.

Populasi penelitian ini adalah seluruh anggota forum kaskus.us yang merupakan pelanggan dalam perdagangan secara *online* melalui internet. Untuk efisiensi waktu, biaya dan tenaga akan dilakukan *sampling* terhadap populasi. Dalam penelitian ini, penulis memilih teknik pemilihan sampel nonprobabilitas dengan metode *convenience sampling*. Melalui metode *sampling*, peneliti memilih 100 orang anggota forum kaskus.us yang dijadikan sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner melalui internet. Teknik analisis data yang dilakukan peneliti meliputi analisis regresi, uji F, uji t, dan uji determinasi.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa faktor-faktor keamanan (*security*), kerahasiaan (*privacy*), *brand name*, pengalaman (*experience*), dan informasi (*information*) berpengaruh positif terhadap *brand trust* forum *online* www.kaskus.us. Dari uji f dapat diketahui bahwa secara bersamaan, keamanan (*security*), kerahasiaan (*privacy*), *brand name*, pengalaman (*experience*), dan informasi (*information*) memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand trust* forum *online* www.kaskus.us. Hasil uji t membuktikan bahwa variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap *brand trust* forum *online* www.kaskus.us adalah variabel informasi. Selain itu, pengaruh informasi juga merupakan pengaruh yang paling dominan terhadap *brand trust* terhadap forum *online* www.kaskus.us.

Kata Kunci: *security*, *privacy*, *brand name*, *experience*, *information*, *brand trust*