



MILIK PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS INDONESIA

NO. BUKU

12 JUL 2007

NO. SERI

471/MM/Hd.7/2007

NAMA

R1 658.8 Dwi 06

JABATAN

Marketing Manag

TESIS

**STUDI PERBEDAAN BENTUK LATAR BELAKANG
SITUS PADA *WEB ADVERTISING HIERARCHY OF
EFFECTS* UNTUK WEB KOMERSIAL DAN
PEMBANGUNAN PERANGKAT LUNAK
PENGELOLAAN KUESIONER SECARA *ONLINE***



Yustinus Dwi Wahyudi



NIM : 03.948/PS/MM

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2006**



PENGESAHAN TESIS

Nama : Yustinus Dwi Wahyudi
Nomor Mahasiswa : 03.948/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul tesis : Studi Perbedaan Bentuk Latar Belakang Situs
Pada *Web Advertising Hierarchy off Effects*
Untuk Web Komersial dan Pembangunan
Perangkat Lunak Pengelolaan Kuesioner
Secara *Online*

Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda tangan
Dr. MF. Shellyana Junaedi	
Irya Wisubhadra, ST., MT.	5/10/2006	



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

**STUDI PERBEDAAN BENTUK LATAR BELAKANG SITUS
PADA *WEB ADVERTISING HIERARCHY OFF EFFECTS*
UNTUK WEB KOMERSIAL DAN PEMBANGUNAN
PERANGKAT LUNAK PENGELOLAAN KUESIONER
SECARA *ONLINE***

Dipersiapkan dan disusun oleh :
YUSTINUS DWI WAHYUDI
NIM : 03.948/PS/MM

Tesis ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
Pada tanggal 26 September 2006
Dewan Penguji :

Dr. MF. Sheellyana Junaedi

Ketua

Irya Wisnubhadra, ST., MT.

Anggota

Dr. Suyoto

Anggota

Drs. P. Didit Krisnadewara, MM.

Anggota

Ketua Program Studi Magister Manajemen



Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA.

PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa tulisan yang ada dalam tesis ini adalah hasil dari pemikiran, prakarsa atau hasil karya pribadi penulis dan bukan merupakan duplikasi atau kutipan yang disadur dari karya tulis yang ada sebelumnya. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung dan tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam karya tulis ini dalam bentuk catatan. Semua yang tertulis dalam tesis ini adalah murni hasil karya penulis yang merupakan hasil penelitian, analisis dan penulisan yang dibuat sendiri oleh penulis.

Yogyakarta, September 2006

Penulis,



Yustinus Dwi Wahyudi

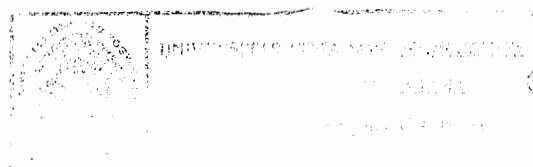
INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara sikap responden pada situs dengan variabel *advertising hierarchy of effects*, mengidentifikasi adanya perbedaan dari bentuk latar belakang situs dan pengalaman responden dalam mengakses situs terhadap *web advertising hierarchy of effects* ; sikap pengunjung terhadap situs, perhatian dan sikap responden terhadap iklan dan merek serta kehendak responden untuk melakukan pembelian pada situs sederhana atau situs yang kompleks. Selain itu juga membangun suatu model perangkat lunak berbasis manajemen kuesioner *online*. Penelitian dilakukan di Yogyakarta dengan subjek penelitian pada orang yang telah memiliki frekuensi akses internet minimal lima jam setiap minggunya. Objek penelitiannya adalah situs dengan latar belakang yang berbeda yaitu latar belakang sederhana dan kompleks. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Dari hasil penyebaran kuesioner, yang dapat diolah sebanyak 155 kuesioner.

Pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari penelitian Bruner dan Kumar (2000) yang telah dimodifikasi. Sedangkan pembangunan model perangkat lunak untuk kuesioner menggunakan bahasa pemrograman PHP, *Web Server Apache* dan *MySQL* sebagai *database*. Penelitian ini menggunakan analisis faktor untuk mengidentifikasi pembagian dimensi *web advertising hierarchy of effects*. Analisis korelasi digunakan untuk melihat hubungan antara sikap responden terhadap situs dengan *advertising hierarchy of effects* dan uji beda ANOVA untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan persepsi responden ditinjau dari bentuk latar belakang situs dan tingkat pengalaman terhadap *web advertising hierarchy of effects*.

Berdasarkan pengolahan data maka didapatkan 5 dimensi *web advertising hierarchy of effects*, yaitu : *attitude toward the advertising*, *attitude toward the brand*, *purchase intention*, *attention to the commercial*, dan *attitude toward the website*. Penelitian ini menemukan adanya hubungan yang signifikan antara sikap responden terhadap situs dengan variabel *advertising hierarchy of effects*. Perbedaan yang signifikan untuk tiap-tiap dimensi juga ditemukan berdasarkan bentuk latar belakang situs dan tingkat pengalaman dalam mengakses situs. Dari hasil pengujian model perangkat lunak, sistem dapat menjalankan semua fungsi sesuai dengan tujuannya untuk membantu secara cepat dan praktis berkaitan dengan pengumpulan data responden melalui kuesioner menjadi sebuah informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan.

Kata-kata kunci : bentuk latar belakang situs, tingkat pengalaman akses, variabel *web advertising hierarchy of effects*, ANOVA, manajemen kuesioner *online*



ABSTRACT

This research aim to know the relation between responder attitude of situs by variable advertising hierarchy off effects, identifying the existence of difference from form of background of situs and responder experience in accessing situs to web advertising hierarchy off effects; visitor attitude to situs, attention and responder attitude to advertisement and brand and also responder will desire to conduct the purchasing of simple situs or situs which complex. Other also develop build a software model base on the management of questioner online. Research done in Yogyakarta by subject research of one who have owned the frequency access the minimum internet five clock per week. Its research object is situs with the different background that is simple background and complex. Data collecting conducted by propagating questioner to responder. From result of spreading questioner, which can be processed as much 155 questioner.

Question-question used in this research come from research of Bruner and Kumar (2000) what have modification. While development model the software for the questioner of to use the PHP language program, web server Apache and MySQL as database. These researches use the factor analysis to identify the division of dimension of web advertising hierarchy off effects. Analyze the correlation used to see the relation of among responder attitude to situs by advertising is different of hierarchy off effects test and ANOVA to know there is do not it difference of responder perception evaluated from form of background situs and mount the experience to web advertising hierarchy off effects.

Pursuant to data processing is hence got by 5 dimension of web advertising hierarchy off effects, that is; attitude toward the advertising, attitude toward the brand, purchase intention, attention to the commercial and attitude toward the website. This research find the existence of relation which significant between responder attitude to situs with the variable of advertising hierarchy off effects. Attitude difference which significant to every dimension also found by pursuant to form of background situs and mount the experience in accessing situs. From examination result model the software, system can run all function in line with its to assist quickly and practical go together the data collecting of responder through questioner became a information which is good for taking decision.

Keywords : form the background situs, mount the experience access, the variable web advertising hierarchy of effects, ANOVA, management of questioner online

serviens in lumine veritatis

Segala usaha, cinta dan kasih sayang kupersembahkan bagi :

**Allah,
Tri Tunggal Maha Kudus**

Keluarga ;

Drs Marcus Wagiran dan Ibu Yustina Sugimah

Antonius Sumarwanto, SH dan Ch. Donny Triwibawati, SH

Jessika dan Amanda

C. Ratnasari, AMK

Pak Soegeng P. Bambu

Elizabeth Yushanti, AMK

Bapak dan ibu Yosef Abu Yustiono

Sahabat ;

Alfa "HYUNDAY", Ronny "KODOK" dan Anton "COMBI"

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha SEGALANYA atas curahan berkat, rahmat, karunia dan Roh Kudus-Nya sehingga tesis yang berjudul “Studi Perbedaan Bentuk Latar Belakang Situs Pada *Web Advertising Hierarchy of Effects* untuk Web Komersial dan Pembangunan Perangkat Lunak Pengelolaan Kuesioner Secara *Online*” dapat terselesaikan.

Penulisan tesis ini merupakan karya ilmiah yang disusun untuk melengkapi sebagian prasyarat kelulusan Program Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen untuk Konsentrasi Pemasaran di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulisan tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Ibu Dr. MF. Shellyana Junaedi, selaku dosen pembimbing yang telah memberi dorongan, bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran serta masukan-masukan yang sangat berguna sejak awal hingga selesai tesis ini.
3. Bapak Irya Wisnubhadra, ST., MT., selaku dosen pembimbing yang telah memberi bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran serta masukan-masukan yang sangat berguna sejak awal hingga selesai tesis ini.

4. Seluruh staff pengajar Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah banyak memberikan bekal pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan.
5. Kedua orang tua penulis Drs. Marcus Wagiran dan Yustina Sugimah yang telah mencurahkan segenap perhatian, kesabaran, kasih sayang, waktu, tenaga, materi, doa serta bimbingan dan didikannya.
6. Kakak penulis terkasih, Antonius Sumarwanto, SH dan Ch. Donny Triwibawati, SH yang tiada henti-hentinya selalu memberi dukungan dan semangat, doa serta materi untuk mendukung perkuliahan.
7. Keponakan tersayang Jessica dan Amanda yang selalu buat kangen dengan kelucuannya.
8. Bapak dan ibu Yosef Abu Yustiono yang selalu memberi semangat dan doa bagi penulis.
9. Kekasihku Elizabeth Yushanti, AMK atas doa, semangat, kesabaran, pengertian dan kasih sayang tiada henti.
10. C. Ratnasari, AMK atas doa, perhatian, cinta dan kasih sayang, serta translate dan dorongan semangat.
11. Keluarga besar Rig. Poerwanto atas segala bantuan, dukungan dan semangat
12. B. Dendron Alvarosi, Riyanto Pardede, Esther Wibowo, Ronny Kristianto, Antonius Nirvan Wahyudi, Desma Kiati, Eka Praptiningsih, Emy Yuliantari, atas persahabatan, dorongan, bantuan dan dukungan moral serta semangat.
13. Waroeng Derosa dan Mbak Is atas semuanya!

14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih untuk segala bantuan yang telah diberikan dalam pembuatan dan penyusunan tesis.

Kiranya damai sejahtera dan Kasih Tuhan Yang Maha Kasih selalu hadir pada bapak dan ibu serta saudara sekalian yang telah banyak mendukung kelancaran selama penulis mengikuti program studi Magister Manajemen Program Pascasarjana di Universitas Atma Jaya hingga dapat selesai.

Penulis menyadari sepenuhnya masih banyak kekurangan-kekurangan yang menyebabkan tesis ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis senantiasa membuka diri atas segala kritik, saran, dan masukan yang membangun demi perbaikan dan kemajuan di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap agar tesis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Yogyakarta, September 2006

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii	
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii	
HALAMAN PERNYATAAN	iv	
INTISARI	v	
ABSTRACT	vi	
PERSEMBAHAN	vii	
KATA PENGANTAR	viii	
DAFTAR ISI	xi	
DAFTAR TABEL	xx	
DAFTAR GAMBAR	xxiii	
BAB I PENDAHULUAN		
A. Latar Belakang		1
1. Rumusan Masalah	5	
2. Batasan Masalah	6	
3. Manfaat Penelitian	6	
B. Tujuan Penelitian	7	
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL dan HIPOTESIS		
A. Pengertian Sistem Informasi		8
1. Blok masukan (<i>input block</i>)	9	
2. Blok model (<i>model block</i>)	9	
3. Blok keluaran (<i>output block</i>)	9	
4. Blok teknologi (<i>technology block</i>)	9	

5. Blok basis data (<i>database block</i>)	10
6. Blok kendali (<i>control block</i>)	10
B. Basis Data	10
C. Diagram Aliran Data (DAD)	11
1. Kesatuan luar atau batas sistem	12
2. Aliran data	12
3. Proses	13
4. Simpanan data	13
D. <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD)	14
1. Entitas dan himpunan entitas	14
2. Atribut	14
3. Relasi dan himpunan relasi	15
4. Relasi kardinalitas / derajat relasi	15
E. Kamus Data	16
F. <i>Hypertext Markup Language</i> (HTML)	17
1. Elemen HTML	18
2. Fasilitas HTML	19
3. Struktur dokumen HTML	19
G. <i>Uniform Resource Locator</i> (URL)	20
H. <i>Web Browser</i>	20
I. <i>Web Server</i>	20
J. <i>Web Database</i>	21
K. Cara Kerja <i>Internet Information Server</i>	21

L. <i>Personal Home Page</i> (PHP)	22
1. Struktur program PHP	24
2. Cara kerja PHP	24
M. <i>MySQL</i>	25
1. <i>Database MySQL</i>	25
N. Periklanan	26
1. Menentukan tujuan periklanan	26
2. Memutuskan anggaran periklanan	27
3. Memilih pesan periklanan	28
4. Memilih media periklanan	29
5. Pengukuran efektivitas periklanan	31
O. Tinjauan Teoritis <i>E-commerce</i>	34
1. <i>Electronic commerce</i>	35
2. Keuntungan umum dalam penerapan <i>e-commerce</i>	35
3. <i>Titik kelemahan e-commerce</i>	36
4. Mekanisme <i>e-commerce</i>	37
5. Alternatif pembayaran untuk <i>e-commerce</i>	37
6. Keamanan <i>e-commerce</i>	38
7. Pangsa pasar <i>e-commerce</i>	38
8. Strategi penerapan <i>e-commerce</i>	40
9. Menciptakan sebuah situs <i>e-commerce</i>	43
10. Ukuran sebuah situs	44

P. <i>Advertising Hierarchy off Effects</i>	46
1. <i>Attitude toward the advertising</i>	49
2. <i>Attitude toward the website</i>	50
Q. Bentuk Latar Belakang Situs	51
1. Pemilihan tata letak	51
2. Bentuk	52
3. Typhografi	52
4. Warna	53
R. Pengalaman Terhadap Situs (<i>Web Experience</i>)	56
S. Hasil Penelitian Sebelumnya	56
T. Model Penelitian	58
U. Hipotesis	60

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	62
B. Lokasi Penelitian	62
C. Populasi dan Sampel	63
1. Penentuan populasi	63
2. Metoda penentuan sampel	63
D. Metoda Pengumpulan Data	64
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	65
1. Definisi operasional variabel dependen	65
2. Definisi operasional variabel independen	66
3. Pengukuran variabel penelitian	67

F. Pengujian Instrumen Penelitian	71
1. Uji validitas	71
2. Uji reabilitas	74
G. Metoda Analisis Data	76
1. Analisis persentase	76
2. Analisis deskriptif	76
3. Analisis faktor	77
4. Analisis korelasi	78
5. ANOVA	78
BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Umum Penelitian	79
B. Analisis Karakteristik Responden	79
1. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin	79
2. Jumlah responden berdasarkan usia	80
3. Jumlah responden berdasarkan jenis pekerjaan	80
4. Jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir	81
5. Jumlah responden berdasarkan penghasilan atau pendapatan ...	81
6. Jumlah responden berdasarkan pengalaman	82
C. Analisis Faktor	82
1. Statistik deskriptif	83
2. Komunalitas	85
3. <i>Total variance explained</i>	88
4. Matriks komponen	89
5. Rotasi faktor	91

D. Analisis Korelasi	94
1. Hubungan antara sikap terhadap situs dengan sikap terhadap iklan	97
2. Hubungan antara sikap terhadap situs dengan sikap terhadap merek	98
3. Hubungan antara sikap terhadap situs dengan kehendak membeli	98
4. Hubungan antara sikap terhadap situs dengan perhatian terhadap iklan	99
E. Perbedaan Bentuk Latar Belakang Situs Terhadap <i>Web Advertising Hierarchy off Effects</i>	99
F. Tingkat Pengalaman Mengunjungi Situs Terhadap <i>Web Advertising Hierarchy off Effects</i>	101

BAB V ANALISIS KEBUTUHAN, PEMODELAN dan PERANCANGAN SISTEM

A. Analisis Kebutuhan Model Sistem Webquestioner	104
B. Fungsi Produk Perangkat Lunak	104
1. Responden	105
2. Admin	105
C. Perspektif Produk Perangkat Lunak	106
D. Rancangan Arsitektur Sistem	108
E. Pemodelan Sistem WebQuestioner	108
1. Data flow diagram	109
2. Kamus data	121

F. Perancangan Antarmuka dan Fungsional	126
1. Antarmuka halaman awal (index)	127
2. Antarmuka halaman soal kuesioner	129
3. Antarmuka halaman faq	133
4. Antarmuka halaman kontak admin	133
5. Antarmuka halaman admin	134
6. Antarmuka halaman edit password	140
7. Antarmuka halaman FAQ (panduan)	142

BAB VI IMPLEMENTASI dan PENGUJIAN SISTEM

A. Implementasi Sistem	145
1. Perangkat keras	145
2. Perangkat lunak	146
B. File-file Aplikasi WebQuestioner	146
C. Implementasi Antarmuka Halaman Awal (index)	150
1. Tombol teks "home"	151
2. Tombol teks "FAQ"	151
3. Tombol teks "kontak admin"	152
4. Tombol <i>login</i>	152
5. Tombol ok	152
6. Tombol reset	152
D. Implementasi Antarmuka Halaman Opening	153
E. Implementasi Antarmuka Halaman Viewsite	154
F. Implementasi Antarmuka Halaman Soal Kuesioner	155
1. Tombol <i>submit</i>	156

G. Implementasi Antarmuka Halaman Faq	156
1. <i>Link teks "add"</i>	158
2. <i>Link teks "edit"</i>	158
3. <i>Link teks "delete"</i>	159
H. Implementasi Antarmuka Halaman Kontak Admin	159
I. Implementasi Antarmuka Halaman Administrator	160
1. <i>Link teks "hange"</i>	162
2. <i>Link teks "edit"</i>	163
3. <i>Link teks "delete"</i>	165
4. <i>Link teks "lihat"</i>	165
5. <i>Link teks "rekap"</i>	166
6. Tombol "buat kuesioner"	167
7. Tombol teks " <i>edit password</i> "	168
J. Lingkungan Uji Coba	168
K. Deskripsi dan Hasil Pengujian	169
L. Kelebihan dan Keterbatasan Sistem	180
1. Kelebihan dari perangkat <i>website</i>	180
2. Keterbatasan dari perangkat <i>website</i>	181

BAB VII PENUTUP

A. Kesimpulan	182
B. Implikasi	184
C. Keterbatasan Penelitian dan Saran	185
1. Keterbatasan penelitian	185
2. Saran untuk penelitiannya selanjutnya	186

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- A. Gambar Situs Dengan Latar Belakang Sederhana
- B. Gambar Situs Dengan Latar Belakang Kompleks
- C. Kuesioner
- D. Data Mentah Hasil Penyebaran Kuesioner
- E. Karakteristik Responden
- F. Uji Faktor Analisis
- G. Uji Reabilitas
- H. Uji Korelasi
- I. Uji ANOVA Berdasarkan Latar Belakang Situs
- J. Uji ANOVA Berdasarkan Tingkat Pengalaman Akses Responden
- K. Spesifikasi Kebutuhan Perangkat Lunak (SKPL)
- L. Deskripsi Perancangan Perangkat Lunak (DPPL)

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Aktivitas Bisnis Melalui <i>Web Server</i>	39
Tabel 2.	Bentuk dan Respon Psikologi	52
Tabel 3.	Jenis Huruf	53
Tabel 4.	Warna dan Respon Psikologi	55
Tabel 5.	KMO and Bartlett's Test Komplek	71
Tabel 6.	KMO and Bartlett's Test Sederhana	72
Tabel 7.	Communalities Kompleks	73
Tabel 8.	Communalities Sederhana	74
Tabel 9.	Ringkasan Reliabilitas Dimensi Komplek	75
Tabel 10.	Ringkasan Reliabilitas Dimensi Sederhana	76
Tabel 11.	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 12.	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	80
Tabel 13.	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 14.	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	81
Tabel 15.	Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	81
Tabel 16.	Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pengalaman	82
Tabel 17.	Descriptive Statistics Komplek	83
Tabel 18.	Descriptive Statistics Komplek	84
Tabel 19.	Descriptive Statistics Sederhana	84
Tabel 20.	Descriptive Statistics Sederhana	85
Tabel 21.	Communalities Kompleks	86
Tabel 22.	Communalities Sederhana	87

Tabel 23.	Total Variance Explained Komplek	88
Tabel 24.	Total Variance Explained Sederhana	89
Tabel 25.	Component Matrix Komplek	90
Tabel 26.	Component Matrix Sederhana	91
Tabel 27.	Rotated Component Matrix Komplek	92
Tabel 28.	Rotated Component Matrix Sederhana	93
Tabel 29.	Ringkasan Dimensi Web Advertising Hierarchy of Effects	94
Tabel 30.	Korelasi Sikap Terhadap Situs dengan Variabel Advertising Hierarchy of Effects	96
Tabel 31.	Interprestasi Terhadap Koefisien Korelasi	97
Tabel 32.	Perbedaan Latar Belakang Situs Terhadap Advertising Hierarchy of Effects	101
Tabel 33.	Perbedaan Tingkat Pengalaman Mengunjungi Situs	103
Tabel 34.	Elemen Data User_id dan password	121
Tabel 35.	Elemen Data Responden	121
Tabel 36.	Elemen Data id_soal, judul_soal, deskripsi_soal	122
Tabel 37.	Elemen Data id_soal, judul_soal, deskripsi_soal	122
Tabel 38.	Elemen Data id_pertanyaan, pertanyaan	122
Tabel 39.	Elemen Data Score	122
Tabel 40.	Elemen Data id_jmlskala, id_kuesioner, jmlskala	123
Tabel 41.	Elemen Data id_param, id_pertanyaan, par_awal, par_akhir	123
Tabel 42.	Elemen Data Faq	123
Tabel 43.	Admin	123
Tabel 44.	Responden	124
Tabel 45.	Kuesioner	124

Tabel 46.	Soal Kuesioner	125
Tabel 47.	Pertanyaan Kuesioner	125
Tabel 48.	Jumlah Skala Kuesioner	125
Tabel 49.	Parameter	125
Tabel 50.	Score	126
Tabel 51.	Faq	126
Tabel 52.	Code	146
Tabel 53.	Deskripsi dan Hasil Pengujian Perangkat Lunak	170

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Notasi Kesatuan Luar	12
Gambar 2.	Notasi Kesatuan Pelanggan	12
Gambar 3.	Arus Data Pelanggan	13
Gambar 4.	Notasi Proses	13
Gambar 5.	Simbol Simpanan Data	14
Gambar 6.	Relasi Satu ke Satu	15
Gambar 7.	Relasi Satu ke Banyak	15
Gambar 8.	Relasi Banyak ke Banyak	16
Gambar 9.	Proses Permintaan Informasi Beserta Tanggapan	22
Gambar 10.	Cara Kerja PHP	25
Gambar 11.	Grafik Perkiraan Pengguna Internet di Dunia	40
Gambar 12.	Advertising Hierarchy off Effects Model	48
Gambar 13.	Sikap Terhadap Iklan, Merek dan Kehendak Melakukan Pembelian	50
Gambar 14.	Attitude Toward the Website and the Advertising Hierarchy off Effects	50
Gambar 15.	Hubungan Antara Sikap Pengunjung pada Situs dengan Advertising Hierarchy of Effects	58
Gambar 16.	Pengaruh Bentuk Latar Belakang Situs Terhadap Web Advertising Hierarchy off Effects	59
Gambar 17.	Pengaruh Pengalaman Mengunjungi Situs Terhadap Web Advertising Hierarchy of Effects	59
Gambar 18.	Kerangka Konseptual Kuesioner Online	60

Gambar 19.	Arsitektur PHP	107
Gambar 20.	Arsitektur WebQuestioner	108
Gambar 21.	Diagram Konteks	109
Gambar 22.	DFD Level 1	111
Gambar 23.	DFD Level 2 Proses 2	113
Gambar 24.	DFD Level 3 Proses 2.2	114
Gambar 25.	DFD Level 3 Proses 2.3	115
Gambar 26.	DFD Level 3 Proses 2.4	116
Gambar 27.	DFD Level 3 Proses 2.5	117
Gambar 28.	DFD Level 3 Proses 2.6	118
Gambar 29.	DFD Level 3 Proses 2.7	119
Gambar 30.	ERD WEBQUESTIONER™	120
Gambar 31.	Antarmuka Halaman Awal (index)	128
Gambar 32.	Antarmuka Halaman Opening	129
Gambar 33.	Antarmuka Halaman Viewsite (Web Sederhana)	130
Gambar 34.	Antarmuka Halaman Viewsite (Web Komplek)	130
Gambar 35.	Antarmuka Halaman Soal Kuesioner	131
Gambar 36.	Antarmuka Halaman Terima Kasih	132
Gambar 37.	Antarmuka Halaman Pengecekan Responden	132
Gambar 38.	Antarmuka Halaman Faq	133
Gambar 39.	Antarmuka Halaman Kontak Admin	134
Gambar 40.	Rancangan Tampilan Login	135
Gambar 41.	Rancangan Antarmuka Pesan Kesalahan	135
Gambar 42.	Rancangan Antarmuka Halaman Administrator	136

Gambar 43.	Rancangan Antarmuka Halaman Setting Kuesioner	137
Gambar 44.	Rancangan Antarmuka Halaman Add Kuesioner	138
Gambar 45.	Rancangan Antarmuka Halaman Lihat Kuesioner	139
Gambar 46.	Rancangan Antarmuka Halaman Rekap Kuesioner	139
Gambar 47.	Antarmuka Halaman Edit Password	140
Gambar 48.	Antarmuka Halaman Pesan Edit Password	141
Gambar 49.	Antarmuka Halaman Pesan Edit Password	141
Gambar 50.	Antarmuka Halaman Faq	142
Gambar 51.	Antarmuka Halaman Tambah Data Faq	143
Gambar 52.	Antarmuka Halaman Tambah Edit Faq	144
Gambar 53.	Antarmuka Halaman Awal (index)	151
Gambar 54.	Antarmuka Halaman Opening	153
Gambar 55.	Antarmuka Halaman Viewsite	154
Gambar 56.	Antarmuka Halaman Soal Kuesioner	155
Gambar 57.	Antarmuka Halaman Faq untuk Responden	157
Gambar 58.	Antarmuka Halaman Faq untuk Admin	157
Gambar 59.	Antarmuka Halaman Add Faq	158
Gambar 60.	Antarmuka Halaman Edit Faq	158
Gambar 61.	Antarmuka Halaman Pesan Delete Faq	159
Gambar 62.	Antarmuka Halaman Kontak Admin	159
Gambar 63.	Antarmuka Halaman Index	160
Gambar 64.	Antarmuka Halaman Kotak Pesan	160
Gambar 65.	Antarmuka Halaman Admin	161
Gambar 66.	Antarmuka Halaman Change Kuesioner	162

Gambar 67.	Antarmuka Halaman Kotak Pesan	163
Gambar 68.	Antarmuka Halaman Edit Kuesioner	164
Gambar 69.	Antarmuka Halaman Kotak Pesan Judul	165
Gambar 70.	Antarmuka Halaman Lihat Kuesioner	166
Gambar 71.	Antarmuka Halaman Rekap Kuesioner	166
Gambar 72.	Antarmuka Halaman Rekap Kuesioner	167
Gambar 73.	Antarmuka Halaman Buat Kuesioner Baru	167
Gambar 74.	Antarmuka Halaman Edit Password	168

