

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Forum Jual Beli (FJB) Kaskus”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Manajemen Telkom Bandung. Selama melakukan penelitian ini, penulis telah mendapatkan banyak bimbingan, saran, serta motivasi dari berbagai pihak, untuk itu penulis bermaksud mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Tri Indra W, S.Sos, Msi, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kontribusi sangat besar untuk meluangkan waktu dan perhatiannya dalam mengarahkan serta memberikan saran yang sangat berharga kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Mama Nanik Sodjanisah dan Papa Deny Sasmita selaku orang tua tercinta dari penulis dan kedua adik tersayang, Gina Yuliana dan Maya Shafira yang telah begitu tulus memberikan doa serta semangat kepada penulis baik di saat suka maupun duka.
3. Ibu Citra Kusuma Dewi SE., MBA., dan Ibu Rd. Nurafni Rubiyanti, S.MB., MBA., selaku penguji skripsi yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis untuk kesempurnaan skripsi.
4. Dosen Administrasi Bisnis lainnya, terima kasih untuk selalu memberikan semangat, kritik, dan saran bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu di Sekretariat Program Studi Administrasi Bisnis yang telah membantu penulis dalam prosedur penyelesaian skripsi.
6. Sahabat terbaik penulis, Dwinta, Elfira, Ryan, Alin, Rizky, Tegar, Sekarina, Irra, Zein, Cipta, Muhammad Anugrah, Deky, Febrian, dan Alfio yang selalu setia memberikan semangat dan meluangkan waktu untuk bertukar pikiran dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Seluruh sahabat penulis di Program Studi Administrasi Bisnis 2009 dan teman-teman di Paguyuban Sunda IMT, terimakasih untuk selalu memberikan semangat saat penulis menyelesaikan tanggung jawab perkuliahan.
8. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat menjadi referensi dan inspirasi bagi semua kalangan.

Amin.

Bandung, 24 Juni 2013

Penulis,

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	13
2.1.1 Definisi Merek .....	13
2.1.2 Definisi Kepercayaan Merek .....	14
2.1.3 Definisi Kepuasan Konsumen .....	17
2.1.4 Definisi Loyalitas Pelanggan .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	38
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	39

BAB III METODE PENELITIAN .....	40
3.1 Jenis Penelitian .....	40
3.2 Variabel Operasional.....	41
3.3 Tahapan Penelitian.....	44
3.4 Populasi dan Sampel .....	46
3.4.1 Populasi Penelitian .....	46
3.4.2 Sampel Penelitian .....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.5.1 Jenis Data.....	47
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
3.6.1 Uji Validitas .....	49
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.7 Teknik Analisis Data.....	53
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	53
3.7.2 Skala Likert .....	56
3.7.3 Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval .....	56
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	57
3.7.5 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	58
3.7.6 Pengujian Hipotesis .....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Karakteristik Responden.....	65
4.2 Hasil Penelitian.....	72
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	72
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
4.3.1 Pengujian Asumsi Klasik.....	89
4.3.2 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	104

5.1 Kesimpulan .....	104
5.2 Saran .....	106
5.2.1 Kegunaan Teoritis .....	106
5.2.1 Kegunaan Praktis .....	107
DAFTAR PUSTAKA .....	108
LAMPIRAN .....	109

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Tabel Variabel Operasional .....	42
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek .....	50
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen .....	50
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan .....	51
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 3.6 Tabel Interpretasi Skor .....	52
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Reliability</i> pada FJB Kaskus .....	73
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Intention</i> pada FJB Kaskus .....	75
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Usability pada FJB Kaskus.....	78
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Information Quality pada FJB Kaskus .....	81
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Interaction Quality pada FJB Kaskus .....	84
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan pada FJB Kaskus .....	87
Tabel 4.7 Uji Normalitas .....	89
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas.....	91
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	93
Tabel 4.10 Tabel ANOVA .....	94
Tabel 4.11 Uji t (t-test) Pengaruh Kepercayaan Merek (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (X2) .....	96
Tabel 4.12 Uji t (t-test) Pengaruh Kepercayaan Merek (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .....	96

Tabel 4.13 Uji t (t-test) Pengaruh Kepuasan Konsumen (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .....	97
Tabel 4.14 Korelasi Antara Kepercayaan Merek (X), Kepuasan Konsumen (X2) Dan Loyalitas Pelanggan (Y) .....	98
Tabel 4.15 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	98
Tabel 4.16 Persentase Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total .....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Kaskus.....	1
Gambar 1.2 Negara-negara Pegguna Internet di Asia .....	4
Gambar 1.3 Tampilan FJB Kaskus.....	5
Gambar 1.4 Contoh Surat Terbuka Kasus Penipuan di FJB Kaskus.....	6
Gambar 1.5 Kaskus <i>Overposting</i> .....	7
Gambar 2.1 Sub variabel Kepercayaan Merek .....	17
Gambar 2.2 Model WebQual 4.0.....	19
Gambar 2.3 Sub variabel Loyalitas Pelanggan .....	23
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian .....	45
Gambar 3.2 Persentase dalam Garis Kontinum .....	55
Gambar 3.3 Diagram Jalur.....	59
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	67
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	68
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Keanggotaan .....	69
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi Belanja.....	70
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Belanja .....	71
Gambar 4.7 Garis Kontinum Kepercayaan Merek pada FJB Kaskus .....	77
Gambar 4.8 Garis Kontinum Kepuasan Konsumen pada FJB Kaskus .....	86
Gambar 4.9 Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan pada FJB Kaskus .....	89
Gambar 4.10 Normal P-P Plots .....	90
Gambar 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	92



Gambar 4.11 Hasil Perhitungan Model Hipotesis ..... 100

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**LAMPIRAN I** Kuesioner Penelitian

**LAMPIRAN II** Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

**LAMPIRAN III** Hasil Pengolahan Method of Successive Interval (MSI)

**LAMPIRAN IV** Hasil Uji Asumsi Klasik

**LAMPIRAN V** Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)