

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran 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 ²)	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 Succesive Interval (MSI)

LAMPIRAN IV Hasil Uji Asumsi Klasik

LAMPIRAN V Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)