BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1.1. Sejarah Situs Kaskus

Kaskus berdiri pada tanggal 6 November 1999 di Seattle, Amerika Serikat oleh seorang mahasiswa asal Indonesia bernama Andrew Darwis. Kaskus dilahirkan Andrew ketika pria yang akrab dipanggil Mimim oleh anggota Kaskus ini kuliah di jurusan Multimedia & Web Design, Art Institute of Seattle. Andrew membuat situs itu sebagai tugas kuliahnya.

Kaskus sendiri merupakan gabungan dari kata Kasak dan Kusuk. Tujuan awal dari didirikannya komunitas ini adalah untuk mempersatukan masyarakat *online* dalam negeri dalam dan luar negeri dalam satu komunitas, terutama mempersatukan komunitas mahasiswa Indonesia di Amerika Serikat, member awalnya hanya 10 orang temannya sendiri. Dalam waktu singkat, anggota Kaskus bertambah. Member-nya mengenal status Kaskus ketika itu sebagai situs porno. Ketika itu, forum BB17 (buka-bukaan 17) yang mempertukarkan gambar-gambar panas memang menjadi salah satu daya tarik utama menjadi member Kaskus. Forum itu akhirnya ditutup pada 2008 ketika diberlakukan UU Informasi dan Transaksi Elektronika. Awalnya, Andrew sempat khawatir penutupan program BB17 mengurangi jumlah anggotanya yang ketika itu sudah lebih dari 300 ribu orang. Ternyata kekhawatiran itu tidak terbukti, justru member mengalami peningkatan sebesar 300 persen karena setelah tidak ada BB17, banyak para wanita yang menjadi member.

Modal awal Kaskus ketika didirikan hanyalah biaya sewa server USD 7 per bulan. Belakangan, setelah kebutuhan server dan operasional semakin besar, Andrew dan sejumlah temannya patungan menyuntikkan modal Rp 800 juta. Untuk menambah member di Indonesia, Andrew merekrut sepupunya Ken Dean Lawadinata dan sahabatnya, Danny, menjadi moderator forum di Indonesia. Ken kini Chief Information Officer (CIO) Kaskus, sedangkan Danny kini chief marketing officer (CMO) Kaskus. Kini, Kaskus telah dikelola secara profesional dalam naungan PT Darta Media Indonesia, dan telah memiliki 35 karyawan. Pada akhir 2008, rata-rata pendapatan iklan Kaskus sudah Rp 2-3 miliar per bulan.

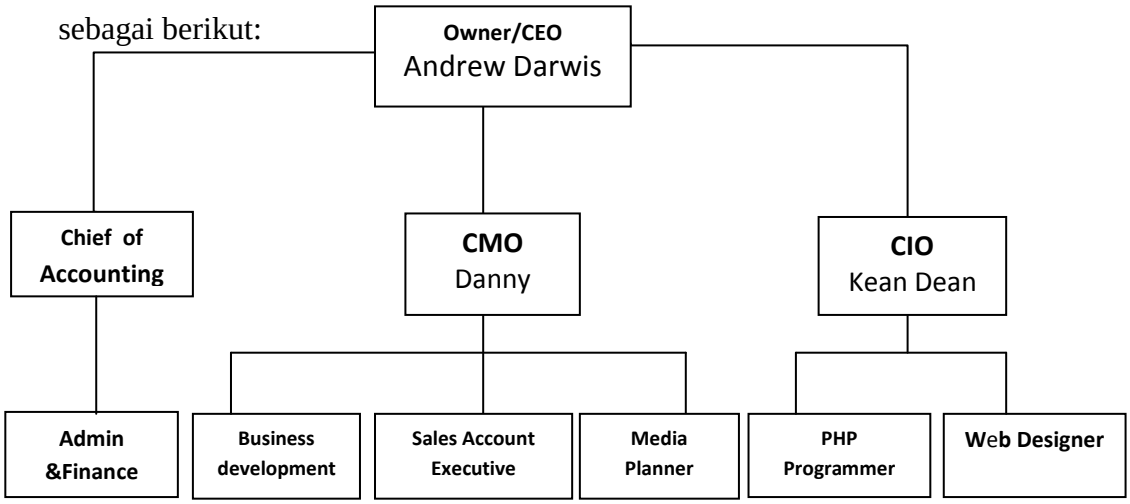
Dalam perjalanannya Kaskus selalu berusaha memberikan kebebasan berbicara dan berpikir bagi para anggotanya, karena kaskus menganut asas *freedom of speech* dan merupakan salah satu dasar *human rights* seperti yang tercantum pada *general rules* pada situs. Menurut Alexa.com, Kaskus berada di peringkat 313 dunia (status pada 15 Maret 2010) dan menduduki peringkat keenam untuk situs yang banyak diakses di Indonesia setelah facebook.com, google.co.id, google.com, yahoo.com, dan blogger.com. Pada bulan Agustus 2005, situs Kaskus mendapatkan penghargaan sebagai *The Best Indonesian Community* oleh PC Magazine Indonesia dimana pada saat itu *member* Kaskus sudah mencapai 110.000 anggota. Saat ini *member* Kaskus (status pada Januari 2008) sudah mencapai lebih dari 1.100.000 dengan *rate* 100-200 *user* baru setiap harinya. Kaskus juga sedang memperbanyak kategori forum dan sub forumnya, seperti sub forum surat pembaca dengan harapan pengunjung situs semakin banyak.

Awal April 2007, manajemen Kaskus menambah server baru, yaitu *dell server* dan untuk meningkatkan *performance* situs Kaskus. Saat ini, tipe *server* yang digunakan oleh domain kaskus.us adalah *LiteSpeed* dan *Lighttpd* 1.4.18

dengan alamat IP 216.176.189.68 menggunakan empat *server*, yaitu *ns2.wowrack.com, ns1.wowrack.com, ns1.indoguides.net, dan ns2.indoguides.net* yang berada di Washington, Seattle. Pada Juli 2008, Pengelola Kaskus akhirnya memutuskan untuk mengoperasikan server Kaskus di Indonesia. Untuk keperluan tersebut Kaskus membeli 8 server Dell PowerEdge 2950 dan dioperasikan melalui jaringan open IXP. Akibat dari ini akses Kaskus berlipat ganda dan akhirnya pengelola menambahkan 8 server lagi sehingga total yang akan beroperasi di bulan September 2008 adalah 16 server. Saat ini server yang dimiliki kaskus sudah mencapai 40 buah, dan akan bertambah setiap satu bulan, mengingat member kaskus kini semakin banyak.

4.1.1.2. Struktur Organisasi Kaskus

Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu kerangka dasar menyeluruh yang mempersatukan bagian – bagian yang ada dalam suatu perusahaan sehingga dapat melakukan pekerjaan secara bersama sama dalam mencapai tujuan perusahaan yang sebelumnya telah ditentukan. Tanpa adanya struktur organisasi yang baik dan teratur, pastinya perusahaan tidak dapat berjalan dengan lancar sebagaimana yang telah diharapkan. Adapun Struktur organisasi dari Situs Kaskus Adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kaskus

4.1.1.3. Deskripsi Jabatan Website Kaskus

Untuk menunjang efektifitas dan efisiensi dalam menjalankan tugas maka disusunlah suatu struktur organisasi perusahaan, untuk mempermudah dalam pengendalian tugas pokok karyawan dalam bidang SDM diuraikan sebagai berikut:

1. ***Chief Executive Officer***

   Fungsinya adalah menetapkan kebijakan, memimpin, menyetujui dan mengkoordinasi pelaksanaan / operasional dari tujuan usaha tersebut.

   Adapun tugas dan tanggung jawab dari *CEO* yaitu:

   Tugas :

- Mengkoordinir kebijakan perusahaan yang sesuai dengan tujuan perusahaan yang telah disetujui oleh komisaris.
- Menyetujui struktur organisasi, uraian tugas, wewenang dan tanggung jawab pada masing masing departemen.
- Menjaga likuiditas dan tanggung jawab atas keuangan perusahaan agar operasional tidak terganggu.
- Menganalisa hasil pembuatan budgeting dari para manajer tiap departemen untuk pengambilan keputusan dalam pengembangan kebijakan perusahaan.
- Bersama para manajer menyusun dan menetapkan kebijakan.

Tanggung jawab :

- Bertanggung jawab kepada para pemilik modal atas perkembangan dan kemajuan perusahaan.

- Mempertanggung jawabkan hasil kerja setiap 6 (enam) bulan kepada para pemilik modal

2. *Chief Of Accounting*

Fungsinya adalah menetapkan kebijakan, memimpin, menyetujui dan mengkoordinasi pelaksanaan segala kegiatan yang berkaitan dengan keuangan perusahaan.

Adapun tugas dan tanggung jawab dari *COA* yaitu:

Tugas:

- Mengorganisir keuangan perusahaan, baik uang masuk maupun uang keluar, serta pengelolaan aset-aset perusahaan.
- Membuat dan menyusun laporan keuangan yang akan dilaporkan kepada CEO / pemilik modal, dan pihak lain yang terkait.
- Melakukan kontrol terhadap tim kerja

Tanggung jawabnya adalah:

- Bertanggung jawab langsung pada *CEO* atas segala Administrasi dan transaksi keuangan
- Bertanggung jawab atas Audit & inventarisasi Perusahaan
- Mentaati segala peraturan perusahaan

Chief Accounting ini membawahi bagian *Admin&Finance* yang memiliki tugas antara lain:

- Bertanggung Jawab Kepada Chief Acounting Di bawah pengawasan CEO
- Menghitung pemasukan dan pengeluaran keuangan

- Mencatat segala transaksi keuangan
- Membuat dan menyusun laporan keuangan
- Melakukan kegiatan surat menyurat
- Melakukan pengarsipan semua dokumen perusahaan
- Mentaati segala peraturan Perusahaan

3. *Chief Marketing Officer*

Fungsinya adalah menetapkan kebijakan, memimpin, menyetujui dan mengkoordinasi pelaksanaan segala kegiatan pemasaran perusahaan.

Adapun tugas dan tanggung jawab dari *CMO* yaitu:

- Membuat budget marketing annually
- Membuat strategi pemasaran untuk setiap unit usaha Kaskus.us
- Membuat analisa terhadap pesaing
- Menganalisa pencapaian terhadap branding yang sudah di lempar ke pasar.
- Review atas budget dan pencapaiannya.

Adapun CMO membawahi bagian Business Development Officer, Sales Account Executive, dan Media Planner.

Business development officer

Adapun tugas dari Business Development officer adalah:

- Melakukan analisis pasar
- Membangun strategi bisnis yang baru dan berkesinambungan

- Menciptakan atau memperbaiki metode bisnis yang ada untuk menumbuhkan ceruk pasar yang baru atau memperkuat pasar yang sudah ada.

Sales Account Executive

Adapun tugas dari Sales Account Executive adalah

- Membangun hubungan yang baik dengan agency, atau klien langsung perusahaan
- Menjual Spot iklan yang ada di KasKus.us

Media planner

Adapun tugas dari Media planner adalah:

- Membuat rekomendasi strategi media dan media untuk klien, yang berhubungan dengan pemasaran dan kegiatan promosi
- Membuat harga penawaran berdasarkan rencana.
- Mampu untuk membuat pesanan baru dan mempertahankan kepuasan klien.
- Dapat membuat laporan

4. Chief information Officer

Tanggung jawab utamanya **:**

- Mengarahkan dan mengatur rencana, kebijakan, program, dan jadwal strategis teknologi informasi dan computing untuk memproses data keuangan dan bisnis, layanan komputer, komunikasi jaringan, dan layanan informasi manajemen untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan
- Mengarahkan integritas data dan informasi perusahaan dan unit bisnis

- Mengembangkan rencana strategis dan mengimplementasikan tujuan kebutuhan teknologi informasi perusahaan untuk memastikan kemampuan komputer dapat responsif terhadap kebutuhan pertumbuhan dan tujuan perusahaan
- Meninjau ulang dan menyetujui kontrak besar untuk pelayanan dan peralatan teknologi informasi dan komputerisasi
- Memastikan keamanan sistem informasi, lini komunikasi, dan peralatanMengidentifikasi teknologi informasi yang muncul untuk diasimilasi, diintegrasikan, dan diperkenalkan ke perusahaan
- Menilai teknologi komputerisasi baru untuk menentukan nilai potensial bagi perusahaan.

Chief Information officer membawahi PHP Programmer dan Web Designer.

PHP Programmer

Adapun tugas dari PHP programmer adalah:

- Membuat database yang intens dan menarik
- Mengembangkan proyek-proyek yang berhubungan dengan website berbasis PHP
- Memelihara dan *update* sebuah situs web yang ada
- Menguji situs web dan mengidentifikasi masalah teknis

Web Designer

Adapun tugas dari web designer adalah:

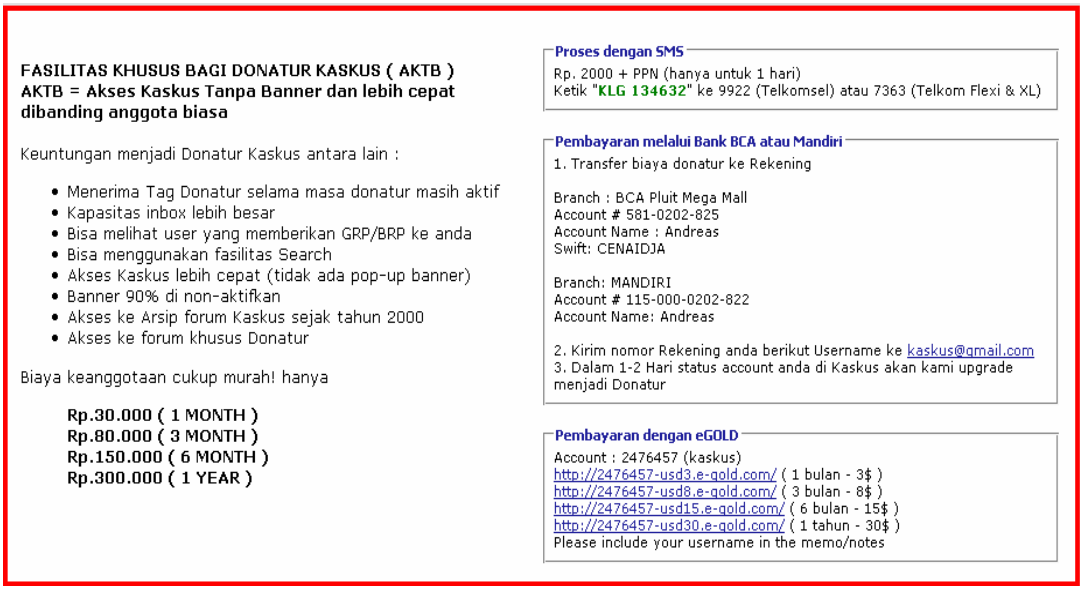
- Penghubung erat dengan pelanggan atau klien pada tahap desain dan menemukan jawaban atas pertanyaan tentang mengapa situs diperlukan, siapa target pemirsa akan, siapa pesaing terkemuka, dll;

- Menghasilkan desain yang akan menarik bagi pengguna target, memiliki sistem navigasi logis dan memiliki semua fitur yang diperlukan;
- Menulis halaman web dalam kombinasi kode, seperti HTML dan XHTML, CSS, Javascript, Actionscript, ColdFusion, Bersih,. Flash, atau menggunakan kode program yang menghasilkan, seperti Dreamweaver dan Visual Studio;
- Menentukan bagaimana gambar dan materi digital lainnya akan dioptimalkan dan disajikan untuk web;
- Memastikan bahwa materi di situs web dapat diakses untuk semua kelompok termasuk mereka yang cacat;
- Memperbaiki kesalahan pada website.

4.1.1.4. Aspek Perusahaan

Situs kaskus memiliki banyak sub forum, salah satunya adalah sub forum jual beli yang diakses oleh *member* dari dalam atau luar negeri. Kaskus menyediakan layanan dengan memfasilitasi membernya dengan memberi tempat untuk pemasangan iklan yang dapat dibuat sendiri oleh *member* yang sudah mendaftar, dalam hal ini dinamakan *thread*. Pemasangan iklan tersebut tidak dikenakan biaya. Namun untuk akses yang lebih cepat, Kaskus menyediakan layanan Akses Kaskus Tanpa Banner (AKTB) dan otomatis menjadi Kaskus Donatur yang ditandai dengan bertambahnya kode “$” pada nama pengguna (*nick name*) serta mendapat fungsi tambahan seperti fasilitas pencarian (*search*), dapat melihat *member* yang memberikan *bad reputaion point* (BRP) di halaman *UserCP* (*control panel*), dan secara otomatis gambar-gambar

iklan dan *banner* dinonaktifkan, dimana secara teknis jika gambar iklan dan *banner* dinonaktifkan, maka akses dan koneksi ke situs dapat dipercepat dan menghemat *bandwith* seperti yang terlihat pada Gambar 4.2



Gambar 4.2. Registrasi dan Cara Pembayaran untuk Layanan AKTB

Member yang ingin mendaftar sebagai Kaskus Donatur cukup mengirimkan pesan SMS ke nomer yang tertera dalam situs Kaskus dengan biaya Rp 2000ditambah PPn, dalam hal ini dalam satu hari layanan. Saat ini layanan kaskus donatur (AKTB) dapat dinikmati dari berbagai negara seperti yang terlihat pada Gambar 4.3



Gambar 4.3. Layanan AKTB Perbulan di Berbagai Negara

Selain itu, kaskus mendapatkan dana tambahan dari iklan-iklan perusahaan yang tertera pada *banner* pada situs kaskus. Kaskus juga melakukan pemasangan iklan Google Adsense pada situsnya. Setiap iklan yang di-klik oleh *member* anggota atau pengunjung situs, kaskus akan mendapatkan sejumlah uang yang kemudian dapat diuangkan pada akhir bulan dengan catatan bahwa *Google Adsense* dapat melakukan pembayaran minimal (*pay out cash*) jika uang yang telah terkumpul sebesar US $100. Selain itu kaskus juga melakukan bisnis dengan *member*-nya dengan penjualan kaos dan stiker resmi situs kaskus.

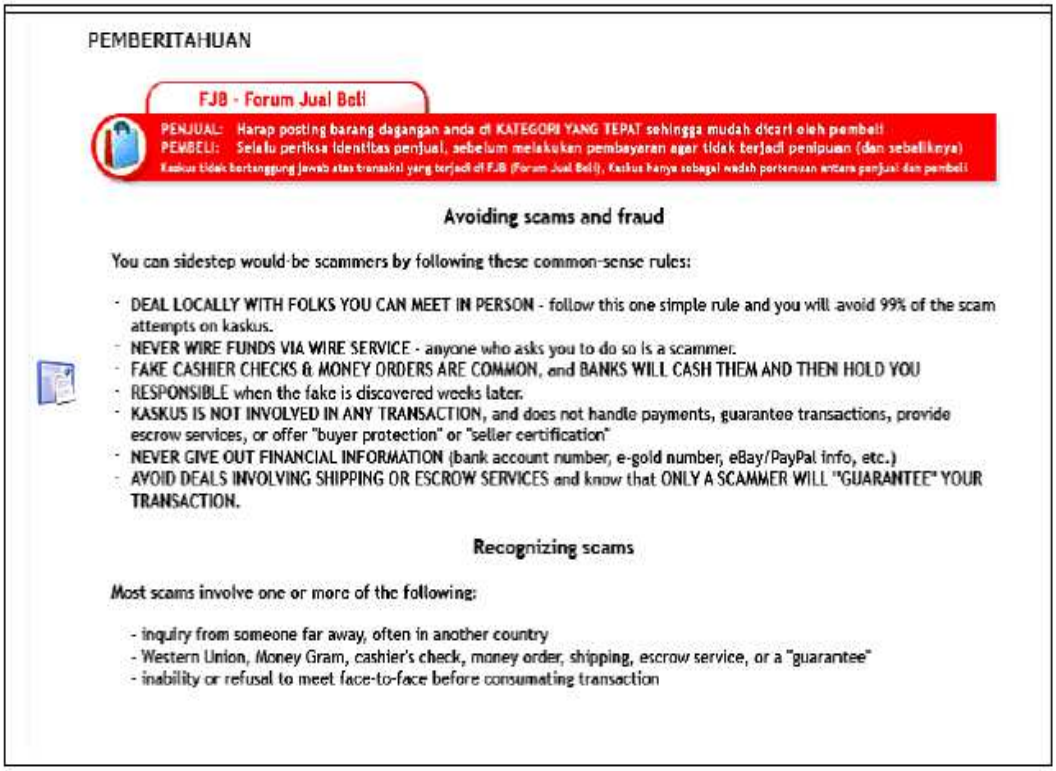
Forum Jual Beli (FJB)

Transaksi jual beli yang biasanya dilakukan oleh perusahan B2C kini dapat dilakukan antar perorangan. Situs kaskus menyediakan forum jual beli dengan sub forum beberapa kategori barang yang akan diperjualbelikan. Adapun kategori barang yang diperjualbelikan sesuai dengan sub forum jual beli di kaskus adalah *fashion* dan *clothing*, flora dan fauna, barang lainnya (cd film, music, dsb), *electronic*, *services*, serta otomotif dan perumahan.

Untuk mencegah penipuan yang sering terjadi di forum jual beli, manajemen kaskus mengambil kebijakan untuk mengadakan avatar khusus FJB. Avatar tersebut dibuat oleh tim yang ditunjuk oleh manajemen kaskus untuk menangani dimana pembuatannya dibuat dengan mengirimkan data-data nama, ID kaskus, alamat, nomor telepon, email, nama dan nomor akun bank, *link thread* jualan, dan *link* testimonial kepada pihak-pihak yang bertanggung-jawab terhadapnya. sebagai penguat verifikasi penjual yang terpercaya.

Penambahan bintang pada avatar dilakukan sesuai dengan jumlah testimonial, dimana satu bintang dengan testimonial minimal satu buah, dua bintang dengan testimonial minimal lima buah, tiga bintang dengan testimonial minimal dua puluh

buah, empat bintang dengan testimonial minimal lima puluh buah. Avatar khusus FJB dibuat dengan mendaftarkan data-data pribadi ke pengelola avatar tersebut. Tujuan dibuatnya avatar khusus FJB ini adalah untuk memperkuat komunitas kask*user* di FJB, dan mengurangi penipuan di FJB. Peringatan dari FJB terhadap penipuan dapat dilihat pada Gambar 4.4.



Gambar 4.4. Peringatan FJB terhadap Penipuan.

Selain itu, FJB mempunyai fasilitas Rekening Bersama yang dikelola oleh pihak-pihak yang ditunjuk manajemen kaskus untuk meminimalisasi penipuan. Rekening bersama tersebut adalah rekening bank pihak ketiga yang menjadi perantara sementara berpindahnya uang hasil transaksi dari pembeli ke penjual. Pemilik Rekening Bersama FJB mendapatkan *fee* sesuai dengan kesepakatan yang ditetapkan. Untuk transaksi sampai Rp 500.000, imbalan yang diberikan cukup dengan memberikan GRP saja. Untuk transaksi antara Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000, biaya yang dikenakan adalah sebesar Rp 25.000. Untuk transaksi antara Rp 1.000.000 s/d

Rp 5.000.000, biaya yang dikenakan adalah sebesar Rp 50.000. Untuk transaksi diatas Rp 5.000.000, biaya yang dikenakan adalah sebesar Rp 75.000. Biaya tersebut dapat ditanggung pembeli *(buyer)* atau penjual (*seller*) atau kedua-duanya. Tersedia *thread* konfirmasi di forum FJB dengan menyediakan jenis rekening bank berbeda seperti BCA, Mandiri, BII, Bank Permata, dan rekening *e-gold*. Pemilik Rekening Bersama FJB tidak akan mentransfer dana ke penjual (*seller*) sampai ada konfirmasi OK dari pembeli (*buyer*) atau tidak adanya konfirmasi sampai batas waktu yg sudah ditentukan. Jika barang yang dikirim sesuai dengan kesepakatan, pemilik Rekening Bersama FJB akan mentransfer dana ke rekening penjual (*seller*). Fasilitas pihak ketiga tersebut sangat berguna dalam mengurangi tindakan penipuan, khususnya dalam transaksi dunia maya dimana penjual dan pembeli tidak bertatap muka langsung, akan tetapi dengan modal kepercayaan saja. Tindakan tersebut adalah sebuah opsi, bukan keharusan. Member yang berhak memilih cara mana yang ingin digunakan, apakah itu *cash on delivery* (COD), transfer langsung ke penjual, atau menggunakan fasilitas rekening bersama FJB.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Identitas Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota *member* pada situs kaskus sub forum jual beli (FJB) yang mencakup *member* situs yang menjadi pembeli berjumlah 122 orang. Profil responden diuraikan berdasarkan data demografi yang meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, pengeluaran per bulan, jumlah pembelian di kaskus, dan jenis barang yang dibeli di kaskus.

Pemilihan tempat yang dijadikan target penelitian ini adalah anggota *member* situs kaskus sub forum jual beli *Fashion & Mode*, *Computer*, Buku, *Sport Equipment*,

Kamera&Aksesoris, Perhiasan dan Jam Tangan, Handphone & PDA, *electronic, otomotif barang-barang lainnya (cd, film, music, otomotif, elektronik, dsb), services, dan perumahan*. Karakteristik demografi responden yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi tujuh kriteria yang meliputi jenis kelamin, tingkat usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat pengeluaran per bulan, tingkat jumlah transaksi yang pernah dilakukan di kaskus, dan barang terakhir yang dibeli melalui situs kaskus. Dari tujuh kriteria tersebut, dapat dilihat kelompok demografi yang dominan.

1. **Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin**

Tabel 4.1 Gambaran Umum responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
Laki-laki	97	79,5
Perempuan	25	10,5
Jumlah	122	100

Dari hasil tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa dari pengambilan data berdasarkan jenis kelamin, diperoleh responden pengguna situs kaskus forum jual beli berjenis kelamin laki-laki sebanyak 97 orang atau sebesar 79,5% dan 25 orang berjenis kelamin perempuan atau sebesar 10,5%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna situs kaskus forum jual beli adalah laki-laki. Hal ini karena pada awal kemunculannya situs kaskus merupakan situs yang memberi ruang untuk hal-hal yang berbau pornografi, sehingga tak heran jika kebanyakan pengguna kaskus adalah laki-laki. Selain itu pada penelitian yang pernah dilakukan situs ebay (detiknet.com), bahwa laki-laki lebih loyal dalam belanja secara online, sementara perempuan lebih banyak memilih.

2. Karakteristik berdasarkan Tingkat Usia

Tabel 4.2 Gambaran umum responden berdasarkan Tingkat usia

Usia	Jumlah	Prosentase (%)
Dibawah 17 Tahun	10	8,20
17 - 25 Tahun	61	50
26 - 35 Tahun	43	35,24
36 - 50 Tahun	6	4,92
50 Tahun keatas	2	1,64
Jumlah	122	100

Dari hasil tabel 4.2 dapat dilihat bahwa pengambilan data berdasarkan usia, diperoleh responden pengguna situs kaskus forum jual beli berusia dibawah 17 tahun sebanyak 10 orang atau 8,20 %, sementara responden yang berusia antara 17 sampai 25 tahun sebanyak 61 orang atau sebesar 50%. Kemudian responden yang berusia antara 26 sampai 35 tahun sebanyak 28 orang atau sebesar 22,95%. Lalu responden yang berusia antara 36 sampai 50 tahun sebanyak 6 orang atau sebesar 4,92%, dan responden dengan usia 50 tahun keatas sebanyak 2 orang atau sebesar 1,64%. Dalam hal ini pengguna kaskus didominasi oleh responden yang berusia antara 17 sampai dengan 25 tahun. Merujuk hasil studi Nokia Siemens Network (NSN) yang dipaparkan akhir tahun 2009 (beritaindonesia.co.id), kebanyakan pengguna internet di Indonesia berasal dari kalangan orang-orang muda dengan kebutuhan internet mobile, yang berubah dari golongan pemula (*adopter*) ke *life style*.

Penggunaan akan internet ini telah melahirkan sebuah pemahaman baru. Menguasai internet menjadi sebuah keharusan dalam pergaulan. Mereka tidak mau disebut gagap teknologi alias *gaptek*. Secara tidak langsung, untuk menjaga imej tersebut pengguna mulai mendekatkan diri dengan teknologi ini. Mulai dari mencari informasi, baik itu dalam hal data, aplikasi-aplikasi terbaru, berita, permainan-permainan terbaru dan lain-lain.

3. Karakteristik berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.3 Gambaran umum responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan Terakhir	Jumlah	Prosentase (%)
SMP	13	10,66
SMU/SMK	47	38,52
Diploma	24	19,67
Sarjana	35	28,69
Pasca Sarjana	2	1,64
Doctoral	1	0,82
Jumlah	**122**	**100**

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang memiliki pendidikan terakhir SMU/SMK yaitu sebanyak 47 orang atau sebesar 38,52%. Kemudian disusul dengan responden yang berpendidikan Sarjana yaitu sebanyak 35 orang atau sebesar 28,69%. Lalu untuk responden yang memiliki pendidikan terakhir Diploma sebanyak 24 orang atau sebesar 19,67%. Sementara responden yang memiliki pendidikan terakhir SMP sebanyak 13 orang atau sebesar 10,66%. Responden yang memiliki pendidikan terakhir Pasca Sarjana sebanyak 2 orang atau sebesar 1,64%, dan responden yang memiliki pendidikan terakhir Doctoral (S3) sebanyak 1 orang atau sebesar 0,82%. Hal ini berkaitan dengan mayoritas responden yang kebanyakan masih remaja, sehingga pendidikan terakhir responden umumnya adalah SMU/SMK.

4. Karakteristik berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 Gambaran umum responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Prosentase (%)
Mahasiswa/Pelajar	62	50,82
Pegawai Negeri	8	6,56
Pegawai Swasta	40	32,79
Wiraswasta	12	9,84
Jumlah	**122**	**100**

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa pengambilan data berdasarkan pekerjaan, diperoleh responden pengguna situs kaskus forum jual beli dengan klasifikasi mahasiswa/pelajar sebanyak 62 orang atau sebesar 50,82%, pegawai swasta sebanyak 40 orang atau sebesar 32,79%, disusul oleh wiraswasta sebanyak 12 orang atau 9,84%, dan terakhir adalah pegawai negeri sebanyak 8 orang atau sebesar 6,56%. Dan juga karena mayoritas responden adalah remaja maka tak heran bila mayoritas responden adalah mahasiswa/pelajar.

5. Karakteristik berdasarkan Pengeluaran rutin per Bulan

Tabel 4.5 Gambaran umum responden berdasarkan pengeluaran per bulan

Pengeluaran rutin per Bulan	Jumlah	Prosentase (%)
Kurang dari Rp 1.000.000,-	55	45,08
Rp 1.000.000,- sampai Rp 1.999.999,-	29	23,77
Rp 2.000.000,- sampai Rp 2.999.999,-	27	22,13
Rp 3.000.000,- sampai Rp 3.999.999,-	6	4,92
Rp 4.000.000,- sampai Rp 4.999.999,-	0	0
Rp 5.000.000,- atau lebih	5	4,10
Jumlah	**122**	**100**

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa pengambilan data berdasarkan tingkat pengeluaran per bulan, diperoleh responden pengguna situs kaskus jual beli dengan klasifikasi pegeluaran kurang dari Rp 1.000.000,- sebanyak 55 orang atau sebanyak 45,08%. Responden dengan pengeluaran antara Rp 1.000.000,- sampai Rp 1.999.999,- sebanyak 29 orang atau sebesar 23,77%. Lalu responden dengan pengeluaran Rp 2.000.000,- sampai Rp 2.999.999,-

sebanyak 27 orang atau sebesar 22,13%. Sementara responden dengan pengeluaran rutin per bulan antara Rp 3.000.000,- sampai Rp 3.999.999,- sebanyak 6 orang atau sebesar 4,92%. Dan responden dengan pengeluaran rutin Rp 5.000.000,- atau lebih sebanyak 5 orang atau sebesar 4,10%. Mayoritas responden memiliki pengeluaran kurang dari Rp 1.000.000,- karena profesi responden kebanyakan adalah mahasiswa/pelajar, sehingga kebanyakan belum memiliki pendapatan sendiri.

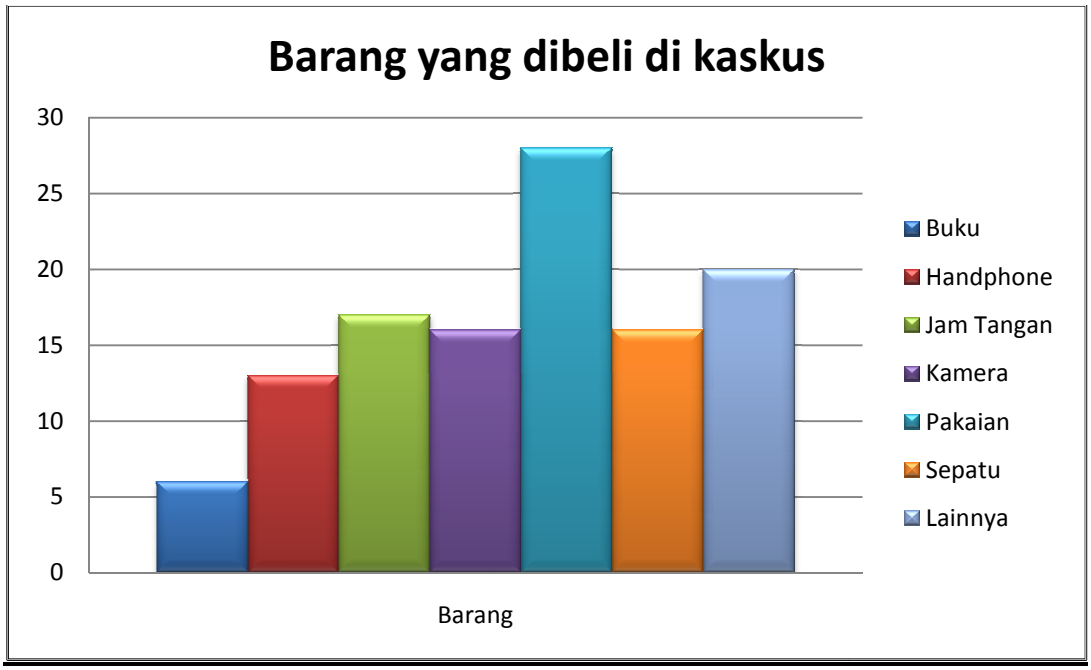
6. Karakteristik berdasarkan banyaknya melakukan transaksi di kaskus

Tabel 4.6 Gambaran umum responden dari banyaknya melakukan transaksi di kaskus

Banyaknya melakukan Transaksi di kaskus	Jumlah	Prosentase (%)
Satu kali	41	33,61
Dua kali	13	10,66
Tiga kali	11	9,02
Lebih dari tiga kali	57	46,72
Jumlah	122	100

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa pengambilan data berdasarkan banyaknya melakukan transaksi pembelian di kaskus, diperoleh responden yang melakukan transaksi pembelian sebanyak satu kali di kaskus ada 41 orang atau sebesar 33,61%. Lalu untuk responden yang melakukan transaksi pembelian sebanyak dua kali di kaskus ada 13 orang atau sebesar 10,66%. Sementara responden yang melakukan transaksi pembelian sebanyak tiga kali di kaskus ada 11 orang atau sebesar 9,02%. Dan responden yang melakukan transaksi pembelian sebanyak lebih dari tiga kali di kaskus ada 57 orang atau sebesar 46,72%. Mayoritas responden melakukan pembelian lebih dari 3 kali karena kebanyakan responden sudah bergabung dengan situs kaskus lebih dari satu tahun, sehingga kebanyakan sudah melakukan transaksi lebih dari 3 kali.

7. Karakteristik berdasarkan jenis barang terakhir yang dibeli di kaskus



Gambar 4.5 Gambaran umum barang terakhir yang dibeli oleh responden

Berdasarkan Gambar 4.5 diatas dapat dilihat bahwa pengambilan data berdasarkan jenis barang yang dibeli di kaskus, diperoleh responden yang membeli buku sebanyak 6 orang atau sebesar 4,92%. Responden yang membeli Handphone sebanyak 13 orang atau sebesar 10,66%. Lalu responden yang membeli Jam tangan sebanyak 17 orang atau sebesar 13,93%. Responden yang membeli Kamera sebanyak 16 orang atau sebesar 13,11%. Sementara 6 orang responden lebih memilih membeli laptop/komputer melalui Kaskus. Lalu responden yang membeli pakaian sebanyak 28 orang atau sebesar 22,95 %, responden yang membeli sepatu di kaskus sebanyak 16 orang atau sebesar 13,11%. Dan sebanyak 20 responden atau sebesar 16,39% memilih membeli barang lainnya.

4.2.2. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Situs Kaskus.us

Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai kualitas situs kaskus.us yang dibagi menjadi indikator yaitu Kualitas Pengunaan (*Usability Quality*), Kualitas Informasi (*Information Quality*), dan Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*). Dalam mempermudah perhitungan, penganalisaan dilakukan menggunakan *SPSS 17 For Windows* yang didasarkan dari hasil jawaban responden terhadap kuesioner yang telah diberikan dengan penilaian sebagai berikut:

a. Kualitas Penggunaan (*Usability Quality*)

Tabel 4.8

Situs Mudah dipelajari

Tanggapan Responden	Frequency	Percent (%)
Sangat Sulit	0	0.0
Sulit	3	2.5
Cukup Mudah	25	20.5
Mudah	41	33.6
Sangat Mudah	53	43.4
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa Situs Kaskus mudah dipelajari, yaitu responden yang menyatakan sangat mudah sebesar 43,4%, mudah sebesar 33,6 %, cukup mudah sebesar 20,5 %, sulit sebesar 2,5% sedangkan yang menyatakan situs kaskus sangat sulit dipelajari sebesar 0%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus sangat mudah untuk dipelajari, hal ini ditandai dengan

jawaban dari responden yang menyatakan sangat mudah sebesar 43,4%, dan mudah sebesar 33,6%. Dikatakan mudah karena situs ini memberi penjelasan cara penggunaan bagi para penggunanya.

Tabel 4.9
Situs sangat mudah dimengerti

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Sulit	0	0.0
Sulit	6	4.9
Cukup Mudah	24	19.7
Mudah	48	39.3
Sangat Mudah	44	36.1
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa Situs Kaskus mudah dimengerti, yaitu responden yang menyatakan sangat mudah sebesar 36,1%, mudah sebesar 39,3%, cukup mudah sebesar 19,7 %, sulit sebesar 4,9% sedangkan yang menyatakan situs kaskus sangat sulit dimengerti sebesar 0%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus sangat mudah untuk dimengerti, hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat mudah sebesar 36,1%, dan mudah sebesar 39,3%. Dikatakan mudah karena bahasa dan instruksi yang digunakan situs kaskus sangat jelas bagi para penggunanya.

Tabel.4.10 Situs Mudah ditelusuri

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Sulit	0	0.0
Sulit	2	1.6
Cukup Mudah	33	27.0
Mudah	43	35.2
Sangat Mudah	44	36.1
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa Situs Kaskus mudah ditelusuri, yaitu responden yang menyatakan sangat mudah sebesar 36,1%, mudah sebesar 35,2%, cukup mudah sebesar 27 %, dan sulit sebesar 1,6% sedangkan yang menyatakan situs kaskus sangat sulit dimengerti sebesar 0%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus sangat mudah untuk ditelusuri, hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat mudah sebesar 36,1%, dan mudah sebesar 35,2%. Dikatakan mudah karena situs kaskus sudah mengelompokkan berbagai artikel/ *posting thread* sesuai dengan kategorinya masing-masing, sehingga sangat membantu untuk ditelusuri bagi para penggunanya.

Tabel 4.11
Situs Mudah digunakan

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Sulit	0	0.0
Sulit	2	1.6
Cukup Mudah	22	18.0
Mudah	49	40.2
Sangat Mudah	49	40.2
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa Situs Kaskus mudah digunakan, yaitu responden yang menyatakan sangat mudah sebesar 40,2%, mudah sebesar 40,2%, cukup mudah sebesar 18 %, sulit sebesar 1,6% sedangkan yang menyatakan situs kaskus sangat sulit dimengerti sebesar 0%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus sangat mudah untuk digunakan, hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat mudah sebesar 40,2%, dan mudah sebesar 40,2%. Dikatakan mudah karena cara penggunaannya cukup sederhana, hanya saling membalas komentar pada *thread* yang telah di *posting.*

Tabel 4.12
Situs Sangat Menarik

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Menarik	2	1.6
Tidak Menarik	5	4.1
Kurang Menarik	29	23.8
Menarik	49	40.2
Sangat Menarik	37	30.3
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa Situs Kaskus sangat menarik, yaitu responden yang menyatakan sangat menarik sebesar 30,3%, menarik sebesar 40,2%, kurang menarik sebesar 23,8 %, tidak menarik sebesar 4,1% sedangkan yang menyatakan situs kaskus sangat tidak menarik sebesar 1,6%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus sangat menarik, hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat menarik sebesar 30,3%, dan menarik sebesar 40,2%. Dikatakan menarik karena barang yang dijual di forum jual beli kaskus sangat banyak dan beragam.

Tabel 4.13

Desain yg digunakan cocok

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Cocok	1	0.8
Tidak cocok	6	4.9
Kurang cocok	41	33.6
Cocok	50	41.0
Sangat Cocok	24	19.7
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa desain yang digunakan situs Kaskus sangat cocok, yaitu responden yang menyatakan sangat cocok sebanyak 24 orang atau sebesar 19,7%, sementara yang menyatakan desain yang digunakan cocok sebesar 41%, lalu responden yang menyatakan desain yang digunakan kurang cocok sebesar 33,6 %. Sementara responden yang menyatakan bahwa desain yang digunakan tidak cocok sebesar 4,9%, dan responden yang menyatakan desain situs kaskus sangat tidak cocok sebesar 0,8%. Dengan demikian mayoritas responden

menyatakan desain yang digunakan situs kaskus sudah cocok, hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat cocok sebesar 19,7%, dan cocok sebesar 41%. Dikatakan cocok, karena warna-warna dan gambar yang ditampilkan dalam situs Kaskus cukup ceria. Namun perlu diperhatikan bahwa banyak juga responden yang menyatakan desain situs kaskus kurang cocok, mungkin karena tata letak *banner* iklan yang kurang teratur dan cukup banyak sehingga mengganggu pandangan mata.

Tabel 4.14

Situs Memiliki Kompetensi

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak berkompetensi	0	0.0
Tidak Kompeten	6	4.9
Kurang kompeten	24	19.7
Kompeten	60	49.2
Sangat Kompeten	32	26.2
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs kaskus memiliki kompetensi/keunggulan bersaing dalam transaksi jual beli *online*, yaitu responden yang menyatakan situs Kaskus sangat kompeten sebesar 26,2%, sementara yang menyatakan situs kaskus memiliki kompetensi sebesar 49,2%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus kurang kompeten sebesar 19,7%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs kaskus tidak kompeten sebesar 4,9%, dan responden yang menyatakan situs kaskus sangat tidak kompeten sebesar 0%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus memiliki kompetensi, hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat kompeten

sebesar 26,2%, dan kompeten sebesar 49,2%. Dikatakan kompeten karena sejauh ini, forum jual beli situs kaskus bisa menjaring penjual dan pembeli online lebih besar daripada situs jual beli lainnya di Indonesia.

Tabel 4.15

Situs Memberi pengalaman baru yang baik

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Buruk	2	1.6
Buruk	7	5.7
Kurang Baik	22	18.0
Baik	56	45.9
Sangat Baik	35	28.7
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa menelusuri situs kaskus memberi pengalaman baru yang baik yaitu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi pengalaman baru yang sangat baik sebesar 28,7%, sementara yang menyatakan situs kaskus memberi pengalaman baru yang baik sebesar 45,9%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi pengalaman baru yang kurang baik sebesar 18%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus memberi pengalaman baru yang tidak baik sebesar 5,7%, dan responden yang menyatakan situs kaskus memberi pengalaman baru yang sangat buruk sebesar 1,6%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus memberi pengalaman baru yang baik, hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat baik sebesar 28,7%, dan baik sebesar 45,9%.

b. Kualitas informasi (*Information Quality*)

Tabel 4.16

Situs Memberi informasi akurat

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Akurat	1	0.8
Tidak Akurat	3	2.5
Kurang Akurat	41	33.6
Akurat	51	41.8
Sangat Akurat	26	21.3
Total	122	100.0

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs kaskus memberi informasi yang akurat yaitu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi informasi yang sangat akurat sebesar 21,3%. Sementara yang menyatakan situs kaskus memberi informasi yang akurat sebesar 41,8%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi informasi yang kurang akurat sebesar 33,6%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus memberi informasi yang tidak akurat sebesar 2,5%, dan responden yang menyatakan situs kaskus memberi informasi yang sangat tidak akurat sebesar 1,6%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus memberi informasi yang akurat, hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat akurat sebesar 21,3%, dan akurat sebesar 41,8%

Tabel 4.17

Situs Memberi informasi Terpercaya

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Terpercaya	0	0.0
Tidak Terpercaya	8	6.6
Kurang Terpercaya	47	38.5
Terpercaya	45	36.9
Sangat Terpercaya	22	18.0
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs kaskus memberi informasi yang terpercaya yaitu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi informasi yang sangat terpercaya sebesar 18%. Sementara yang menyatakan situs kaskus memberi informasi yang terpercaya sebesar 36,9%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi informasi yang kurang terpercaya sebesar 38,5%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus memberi informasi yang tidak terpercaya sebesar 6,6%, dan responden yang menyatakan situs kaskus memberi informasi yang sangat tidak terpercaya sebesar 0%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus memberi informasi yang terpercaya, hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat terpercaya sebesar 18%, dan terpercaya sebesar 36,9%. Namun 38,5% responden juga menyatakan bahwa situs ini kurang terpercaya, hal ini mungkin karena masih adanya pihak-pihak penjual yang nakal dan mencoba berbuat curang dalam proses jual beli secara *online*.

Tabel 4.18

Situs Memberi informasi Terbaru/*Up to date*

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak *Up to Date*	0	0.0
Tidak *Up to Date*	4	3.3
Kurang *Up to Date*	34	27.9
Up to Date	47	38.5
Sangat *Up to Date*	37	30.3
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs kaskus memberi informasi yang terbaru yaitu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi informasi yang sangat *up to date* sebesar 30.3%. Sementara yang menyatakan situs kaskus memberi informasi yang *up to date* sebesar 38,5%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi informasi yang kurang *up to date* sebesar 27,9%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus memberi informasi yang tidak *up to date* sebesar 3,3%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus memberi informasi yang terbaru, hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat *up to date* sebesar 30,3%, dan *up to date* sebesar 38,5%. hal ini terjadi karena setiap harinya kaskus.us menerima 11 juta artikel/*thread* baru, sehingga dipastikan informasinya selalu *up to date*.

Tabel 4.19

Situs Memberi Informasi yang relevan sesuai bahasan

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak relevan	0	0.0
Tidak relevan	3	2.5
Kurang relevan	17	13,9
Relevan	54	44.3
Sangat relevan	48	39,3
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs kaskus memberi informasi yang relevan yaitu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi informasi yang sangat relevan sebesar 39.3%. Sementara yang menyatakan situs kaskus memberi informasi yang relevan sebesar 44,3%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi informasi yang kurang relevan sebesar 13,9%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus memberi informasi yang tidak relevan sebesar 2,5%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus memberi informasi yang relevan sesuai topik bahasan/judul *thread*, hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat relevan sebesar 39,3%, dan relevan sebesar 44,3%. Hal ini terjadi karena di dalam situs kaskus ada seorang *moderator* yang dipilih oleh para pengguna, dimana salah satu fungsinya adalah untuk mengatur *thread*/ artikel agar sesuai dengan judul atau bahasan dan mengelompokkannya ke dalam kategori-kategori yang sudah ditentukan. Misalnya untuk menjual kamera, penjual harus masuk forum jual beli kategori kamera dan aksesoris, jika salah menempatkan, maka moderator akan langsung memindahkannya ke sub forum kamera dan aksesoris.

Tabel 4.20

Situs Memberi Informasi yang mudah dimengerti

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Sulit	0	0.0
Sulit	6	4.9
Cukup Sulit	31	25.4
Mudah	62	50.8
Sangat Mudah	23	18.9
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs kaskus memberi informasi yang mudah dimengerti yaitu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi informasi yang sangat mudah dimengerti sebesar 18,9%. Sementara yang menyatakan situs kaskus memberi informasi yang mudah dimengerti sebesar 50,8%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi informasi yang cukup sulit dimengerti sebesar 25,4%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus memberi informasi yang sulit dimengerti sebesar 4,9%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus mudah dimengerti, hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat mudah dimengerti sebesar 18,9%, dan mudah dimengerti sebesar 50,8%. Alasannya karena bahasa yang ditampilkan adalah bahasa sehari-hari, sehingga mudah dimengerti.

Tabel 4.21

Situs Memberi Informasi yang detail/terperinci

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak terperinci	0	0.0
Tidak terperinci	8	6.6
Cukup Terperinci	43	35.2
Terperinci	52	42.6
Sangat Terperinci	19	15.6
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.21, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs kaskus memberi informasi yang detail/terperinci yaitu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi informasi yang sangat detail/terperinci sebesar 15,6%. Sementara yang menyatakan situs kaskus memberi informasi yang detail/terperinci sebesar 42,6%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi informasi yang cukup detail/terperinci sebesar 35,2%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus memberi informasi yang tidak detail/terperinci sebesar 6,6%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus memberi informasi yang detail/terperinci, hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat detail/terperinci sebesar 15,6%, dan terperinci sebesar 42,6%. Hal ini dikarenakan di dalam situs kaskus, ketika hendak menjual barang para penjual wajib mencantumkan informasi selengkap-lengkapnya tentang produk yang dijual, mulai dari harga, spesifikasi, foto produk, nomor rekening, dan nomor telepon yang bisa dihubungi, bahkan testimoni dari para pembeli sebelumnya. Hal ini dilakukan selain untuk memberikan informasi yang lebih rinci juga untuk membuat konsumen terhindar dari upaya penipuan.

Tabel 4.22

Format penyajian informasi sesuai

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat tidak sesuai	3	2.5
Tidak sesuai	3	2.5
Kurang sesuai	50	41.0
Sesuai	40	32.8
Sangat sesuai	26	21.3
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.22, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs kaskus forum jual beli menyajikan informasi dalam format yang sesuai yaitu responden yang menyatakan situs Kaskus menyajikan informasi dengan format yang sangat sesuai sebesar 21,3%. Sementara yang menyatakan situs kaskus menyajikan informasi dengan format yang sesuai sebesar 32,8%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus menyajikan informasi dengan format yang kurang sesuai sebesar 41%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus menyajikan informasi dengan format yang tidak sesuai sebesar 2,5%. Dan responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus menyajikan informasi dengan format yang sangat tidak sesuai sebesar 2,5%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus menyajikan informasi dengan format yang kurang sesuai sebesar 41%. Dikatakan bahwa format informasi kurang sesuai karena yang menulis dan mengatur format informasi tersebut adalah penjual sendiri, Kaskus hanya menyediakan tempat untuk berjualan sehingga format yang ditampilkan tidak sama satu sama lain.

c. Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*)

Tabel 4.23
Situs Memiliki reputasi yang baik

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat buruk	0	0.0
buruk	7	5.7
Cukup baik	38	31.1
baik	56	45.9
Sangat baik	21	17.2
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.23, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs memiliki reputasi yang baik yaitu responden yang menyatakan situs Kaskus memiliki reputasi yang sangat baik sebesar 17,2%. Sementara yang menyatakan situs kaskus menyajikan memiliki reputasi yang baik sebesar 45,9%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus memiliki reputasi yang kurang baik sebesar 31,1%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus memiliki reputasi yang buruk sebesar 5,7%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus menyajikan memiliki reputasi yang baik yaitu sebesar 45,9 %.

Tabel 4.24
Memberi rasa aman dalam transaksi

Tanggapan Responden	**Frequency**	**Percent**
Sangat Tidak Aman	1	0.8
Tidak Aman	13	10.7
Cukup Aman	45	36.9
Aman	46	37.7
Sangat Aman	17	13.9
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.24, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs memberi rasa aman dalam transaksi yaitu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi rasa yang sangat aman dalam transaksi 13,9%. Sementara yang menyatakan situs kaskus memberi rasa aman dalam transaksi sebesar 37,7%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus memberi rasa yang kurang aman dalam transaksi sebesar 36,9%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus memberi rasa yang tidak aman dalam transaksi sebesar 10,7%. Dan responden yang menyatakan situs kaskus memberi rasa yang sangat tidak aman dalam transaksi sebesar 0,8%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus memberi rasa aman dalam transaksi. Hal ini ditandai dengan responden yang menyatakan situs Kaskus memberi rasa yang sangat aman dalam transaksi 13,9%, dan menyatakan aman sebesar 37,7%. Namun perlu diperhatikan juga bahwa 36,9% responden menyatakan situs kaskus masih dirasa kurang aman dalam melakukan transaksi. Hal ini terjadi karena masih adanya beberapa penjual yang mencoba menipu melalui situs ini.

Tabel 4.25

Situs Bisa menyimpan data diri user

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Mampu	3	2.5
Tidak Mampu	16	13.1
Kurang Mampu	37	30.3
Mampu	45	36.9
Sangat Mampu	21	17.2
Total	122	100.0

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.25, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs kaskus mampu menyimpan data pribadi pengguna dengan baik, yaitu sebesar 17,2% responden menyatakan sangat mampu. Sementara yang menyatakan situs kaskus mampu menyimpan data pribadi pengguna dengan baik sebesar 36,9%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus kurang mampu menyimpan data pribadi pengguna dengan baik sebesar 30,3%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus tidak mampu menyimpan data pribadi pengguna dengan baik sebesar 13,1%. Dan responden yang menyatakan situs kaskus sangat tidak mampu menyimpan data pribadi pengguna dengan baik sebesar 2,5%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus mampu menyimpan data pribadi pengguna dengan baik. Hal ini ditandai dengan responden yang menyatakan situs Kaskus sangat mampu menyimpan data pribadi pengguna dengan baik 17,2%, dan menyatakan mampu menyimpan data pribadi pengguna dengan baik sebesar 36,9%.

Tabel 4.26

Situs Menciptakan emosi personal

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	4	3.3
Tidak Setuju	12	9.8
Kurang Setuju	42	34.4
Setuju	43	35.2
Sangat Setuju	21	17.2
Total	122	100.0

Sumber: data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel 4.26, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs kaskus mampu menciptakan perasaan emosi yang lebih personal, yaitu sebesar 17,2% responden menyatakan sangat mampu. Sementara yang menyatakan situs kaskus mampu menciptakan perasaan emosi yang lebih personal sebesar 35,2%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus kurang mampu menciptakan perasaan emosi yang lebih personal sebesar 34,4%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus tidak mampu menciptakan perasaan emosi yang lebih pesonal 9,8%. Dan responden yang menyatakan situs kaskus sangat tidak mampu menciptakan perasaan emosi yang lebih personal sebesar 3,3%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus mampu menciptakan perasaan emosi yang lebih pesonal. Hal ini ditandai dengan responden yang menyatakan situs Kaskus sangat mampu menciptakan perasaan emosi yang lebih pesonal 17,2%, dan menyatakan mampu menciptakan perasaan emosi yang lebih personal 35,2%.

Tabel 4.27

Situs Menciptakan komunitas yang spesifik

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Spesifik	0	0.0
Tidak Spesifik	2	1.6
Kurang Spesifik	30	24.6
Spesifik	58	47.5
Sangat Spesifik	32	26.2
Total	122	100.0

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel 4.27, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs kaskus menciptakan komunitas yang spesifik, yaitu sebesar 26,2% responden menyatakan sangat spesifik. Sementara yang

menyatakan situs kaskus menciptakan komunitas yang spesifik sebesar 47,5%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus menciptakan komunitas yang kurang spesifik sebesar 24,6%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus menciptakan komunitas yang sangat tidak spesifik sebesar 1,6%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan situs kaskus menciptakan komunitas yang spesifik. Hal ini ditandai dengan responden yang menyatakan situs Kaskus menciptakan komunitas yang spesifik sebesar 47,5%, dan sangat spesifik sebesar 26,2%. Hal ini terjadi karena barang-barang yang dijual sudah dikategorikan berdasarkan jenisnya, sehingga menciptakan komunitas yang lebih spesifik.

Tabel 4.28

Situs Memudahkan komunikasi saat transaksi

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Menyulitkan	2	1.6
Menyulitkan	4	3.3
Cukup menyulitkan	35	28.7
Memudahkan	52	42.6
Sangat Memudahkan	29	23.8
Total	122	100.0

Berdasarkan tabel 4.28, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa situs kaskus memudahkan komunikasi saat transaksi, yaitu sebesar 23,8% responden menyatakan sangat memudahkan komunikasi. Sementara responden yang menyatakan situs kaskus memudahkan komunikasi saat transaksi sebesar 42,6%, lalu responden yang menyatakan situs Kaskus cukup menyulitkan komunikasi saat transaksi sebesar 28,7%. Sementara responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus menyulitkan komunikasi saat transaksi sebesar

3,3%. Dan responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus sangat menyulitkan komunikasi saat transaksi sebesar 1,6%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan bahwa situs Kaskus memudahkan komunikasi saat transaksi sebesar. Hal ini ditandai dengan responden yang menyatakan situs Kaskus memudahkan komunikasi saat transaksi sebesar 42,6%, dan sangat memudahkan komunikasi transaksi sebesar 23,8%. Hal ini terjadi karena adanya fasilitas pesan pribadi pada situs Kaskus, sehingga antara penjual dan pembeli bisa berkomunikasi secara langsung.

Tabel 4.29

Yakin barang akan dikirim sesuai janji

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Yakin	2	1.6
Tidak Yakin	20	16.4
Kurang Yakin	41	33.6
Yakin	40	32.8
Sangat Yakin	19	15.6
Total	122	100.0

Berdasarkan tabel 4.29, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa responden yakin barang yang dipesan akan dikirim sesuai janji, yaitu sebesar 15,6% responden menyatakan sangat yakin barang yang dipesan akan dikirim sesuai janji. Sementara responden yang menyatakan yakin barang yang dipesan akan dikirim sesuai janji, yaitu sebesar 32,8%, lalu responden yang menyatakan kurang yakin barang yang dipesan akan dikirim sesuai janji, yaitu sebesar 33,6%. Sementara responden yang menyatakan tidak yakin barang yang dipesan akan dikirim sesuai janji, yaitu sebesar 16,4%. Dan responden yang menyatakan bahwa situs Kaskus sangat tidak yakin barang yang

dipesan akan dikirim sesuai janji, yaitu sebesar 1,6%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan bahwa mereka merasa kurang yakin barang yang dipesan akan dikirim sesuai janji. Hal ini terjadi karena setiap penjual di situs kaskus memiliki karakteristik yang berbeda-beda, sehingga tingkat respon terhadap pelanggannya pun berbeda-beda pula.

Tabel 4.30 Akumulasi jawaban Responden tentang Kualitas Website

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensinya					Skor Total (%)
	5	4	3	2	1	
1	53	41	25	3	0	83.61
2	44	48	24	6	0	81.31
3	44	43	33	2	0	81.15
4	49	49	22	2	0	83.77
5	37	49	29	5	2	78.69
6	24	50	41	6	1	74.75
7	32	60	24	6	0	79.34
8	35	56	22	7	2	78.85
9	26	51	41	3	1	76.07
10	22	45	47	8	0	73.28
11	37	47	34	4	0	79.18
12	48	54	17	3	0	84.10
13	23	62	31	6	0	76.72
14	19	52	43	8	0	73.44
15	26	40	50	3	3	73.61
16	21	56	38	7	0	74.92
17	17	46	45	13	1	70.66
18	21	45	37	16	3	70.66
19	21	43	42	12	4	70.66
20	32	58	30	2	0	79.67
21	29	52	35	4	2	76.72
22	19	40	41	20	2	68.85
Jumlah Skor Total						**76.82**
Kriteria						**Baik**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Untuk mengkatagorikan penilaian responden tentang Kualitas Website, maka penulis membuat pengkategorian dalam garis interval sebagai berikut:

Jarak interval untuk 22 pernyataan dengan 122 orang responden

Skor Minimum $= \frac{Skor\ Minimum}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

Skor Maksimum $= \frac{Skor\ Maksimum}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persen = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

$= 100\% - 20\%$

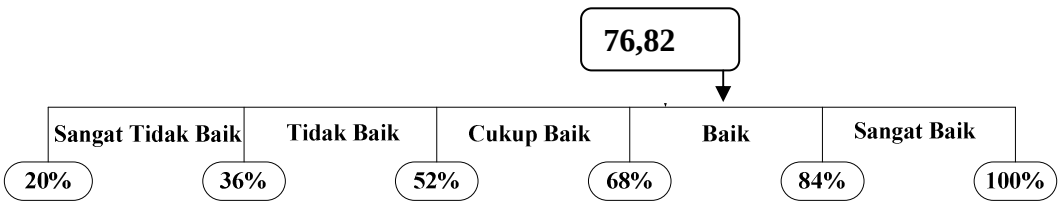
$= 80\%$

Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)

$= 80\% : 5$

$= 16\%$

Dengan jarak interval sebesar 16% pada masing-masing kategori, maka dapat digambarkan pembagian skor tanggapan responden tentang kualitas website dalam bentuk garis kontinum adalah sebagai berikut:



Gambar 4.6
Garis Kontinum Kualitas Website

Berdasarkan gambar 4.6, jumlah persentase skor tanggapan responden tentang Kualitas Website diperoleh skor sebesar 76,82%, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan responden nilai tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa tanggapan responden tentang Kualitas Website adalah baik. Dengan melihat tanggapan dari responden yang menyatakan bahwa mereka merasa situs kaskus berkualitas.

4.2.3. Tanggapan Responden Proses Keputusan Pembelian di Situs Kaskus

Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai kualitas situs kaskus.us yang dibagi menjadi lima indikator yaitu Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Berbagai Alternatif, Pilihan Atas Produk untuk dibeli, Evaluasi Pasca Pembelian.

a. Pengenalan Masalah

Tabel 4.31

Mengunjungi situs karena mencari barang

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	3	2.5
Tidak Setuju	10	8.2
Kurang Setuju	34	27.9
Setuju	36	29.5
Sangat Setuju	39	32.0
Total	122	100.0

Sumber: data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel 4.31, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa responden mengunjungi situs kaskus karena sedang mencari barang yang ingin dibeli, yaitu sebesar 32% responden menyatakan sangat setuju. Sementara sebesar 29,5% responden menyatakan setuju bahwa

mereka mengunjungi situs kaskus karena sedang mencari barang tertentu untuk dibeli, lalu responden yang menyatakan kurang setuju sebesar 27,9%, sementara 8,2% responden menyatakan ketidaksetujuannya bahwa mereka mengunjungi situs Kaskus forum jual beli karena ingin mencari barang. Dan 2,5 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa mereka mengunjungi situs kaskus forum jual beli karena sedang mencari barang. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mereka mengunjungi situs kaskus forum jual beli karena sedang mencari barang untuk dibeli.

b. Pencarian Informasi

Tabel 4.32

Mencari informasi mengenai harga dan pelayanan yang ditawarkan

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	1	0.8
Tidak Setuju	4	3.3
Kurang Setuju	25	20.5
Setuju	48	39.3
Sangat Setuju	44	36.1
Total	122	100.0

Sumber: data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel 4.32, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu mencari informasi mengenai harga dan pelayanan yang ditawarkan, yaitu sebesar 36,1% responden menyatakan sangat setuju. Sementara sebesar 39,3% responden menyatakan setuju bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu mencari informasi mengenai harga dan pelayanan yang ditawarkan, lalu responden yang menyatakan kurang setuju sebesar 20,5%,

sementara 3,3% responden menyatakan ketidaksetujuannya bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu mencari informasi mengenai harga dan pelayanan yang ditawarkan. Dan 0,8 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu informasi mengenai harga dan pelayanan yang ditawarkan. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan setuju bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu mencari informasi mengenai harga dan pelayanan yang ditawarkan.

Tabel 4.33

Melakukan komunikasi dengan penjual

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	1	0.8
Tidak Setuju	7	5.7
Kurang Setuju	18	14.8
Setuju	41	33.6
Sangat Setuju	55	45.1
Total	122	100.0

Sumber: data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel 4.33, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu melakukan komunikasi dengan penjual, yaitu sebesar 45,1% responden menyatakan sangat setuju. Sementara sebesar 33,6% responden menyatakan setuju bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu melakukan komunikasi dengan penjual, lalu responden yang menyatakan kurang

setuju sebesar 14,8%, sementara 5,7% responden menyatakan ketidaksetujuannya bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu melakukan komunikasi dengan penjual. Dan 0,8 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu melakukan komunikasi dengan penjual. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu melakukan komunikasi dengan penjual. Hal ini terjadi karena dengan berkomunikasi dengan penjual akan menambah keyakinan pembeli untuk melakukan pembelian secara online.

Tabel 4.34

Mencari tahu dari yang berpengalaman

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	2	1.6
Tidak Setuju	9	7.4
Kurang Setuju	38	31.1
Setuju	44	36.1
Sangat Setuju	29	23.8
Total	122	100

Sumber: data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel 4.34, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu mencari tahu dari yang berpengalaman, yaitu sebesar 23,8% responden menyatakan sangat setuju. Sementara sebesar 36,1% responden menyatakan setuju bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu mencari tahu dari yang berpengalaman/pernah membeli produk

serupa atau pernah membeli pada penjual yang sama, lalu responden yang menyatakan kurang setuju sebesar 31,1%, sementara 7,4% responden menyatakan ketidaksetujuannya bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu mencari tahu dari yang berpengalaman. Dan 1,6 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu mencari tahu dari yang berpengalaman. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan setuju bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu mencari tahu dari yang berpengalaman. Hal ini sekali lagi terjadi karena dengan mencari tahu dari yang berpengalaman akan menambah keyakinan pembeli untuk melakukan pembelian secara online, sebab modal utama pembelian secara online adalah kepercayaan.

c. Evaluasi Alternatif

Tabel 4.35

Harus melihat gambar produk yang akan dibeli

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Kurang Setuju	15	12.3
Setuju	49	40.2
Sangat Setuju	58	47.5
Total	122	100.0

Sumber: data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel 4.35, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat situs Kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu harus melihat gambar produk

yang akan dibeli, yaitu sebesar 47,5% responden menyatakan sangat setuju. Sementara sebesar 40,2% responden menyatakan setuju bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu harus melihat gambar produk yang akan dibeli, lalu responden yang menyatakan kurang setuju sebesar 12,3%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan setuju bahwa sebelum memutuskan untuk membeli lewat Situs kaskus Forum Jual beli, responden terlebih dahulu harus melihat gambar produk yang akan dibeli. Hal ini terjadi karena dalam sistem pembelian online, gambar merupakan aspek penting karena para pembeli tidak bisa melihat keadaan barang secara langsung.

Tabel 4.36

Perbedaan harga di situs lain berpengaruh terhadap pembelian di kaskus

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak berpengaruh	3	2.5
Tidak Berpengaruh	2	1.6
Kurang Berpengaruh	33	27.0
Berpengaruh	44	36.1
Sangat Berpengaruh	40	32.8
Total	122	100.0

Sumber: data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel 4.36, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa perbedaan harga yang ditawarkan situs lain, dapat mempengaruhi responden untuk memilih berbelanja di situs Kaskus, yaitu sebesar 32,8% responden menyatakan sangat berpengaruh. Sementara sebesar 36,1% responden menyatakan bahwa perbedaan harga yang ditawarkan situs lain, dapat berpengaruh sebagai pertimbangan untuk memilih berbelanja di situs Kaskus, lalu responden yang menyatakan kurang berpengaruh sebesar 27%, sementara 1,6%

responden menyatakan ketidaksetujuannya bahwa perbedaan harga yang ditawarkan situs lain, tidak berpengaruh sebagai pertimbangan untuk memilih berbelanja di situs Kaskus. Dan 2,5 % responden menyatakan bahwa perbedaan harga yang ditawarkan situs lain, sangat tidak berpengaruh sebagai terhadap pemilihan berbelanja di situs Kaskus. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan bahwa perbedaan harga yang ditawarkan situs lain, dapat berpengaruh sebagai pertimbangan untuk memilih berbelanja di situs Kaskus. Ini artinya apabila harga yang ditawarkan oleh para penjual di kaskus jauh lebih mahal daripada situs lainnya maka para pembeli online bisa berpindah ke situs lainnya.

d. Keputusan Pembelian

Tabel 4.38

Keputusan membeli karena kualitas website

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	6	4.9
Tidak Setuju	12	9.8
Kurang Setuju	47	38.5
Setuju	30	24.6
Sangat setuju	27	22.1
Total	122	100.0

Sumber: data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel 4.38, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa keputusan responden memilih berbelanja di Situs Kaskus karena ada kaitannya dengan kualitas websitenya yaitu sebesar 22,1% responden menyatakan sangat setuju. Sementara sebesar 24,6% responden menyatakan setuju bahwa keputusan responden memilih berbelanja di Situs Kaskus karena ada kaitannya dengan kualitas websitenya, lalu responden yang

menyatakan kurang setuju sebesar 38,5%, sementara 9,8% responden menyatakan ketidaksetujuannya bahwa keputusan responden memilih berbelanja di Situs Kaskus karena ada kaitannya dengan kualitas websitenya. Dan 4,9 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa keputusan responden memilih berbelanja di Situs Kaskus karena ada kaitannya dengan kualitas websitenya. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan kurang setuju bahwa keputusan responden memilih berbelanja di Situs Kaskus karena ada kaitannya dengan kualitas websitenya. Hal ini karena ada banyak pertimbangan lain dalam keputusan pembelian, seperti kualitas produk yang ditawarkan, harga, dan lain sebagainya.

e. Pasca Pembelian

Tabel 4.39

Puas berbelanja di Kaskus

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Puas	0	0
Tidak Puas	1	0.8
Kurang Puas	34	27.9
Puas	61	50.0
Sangat Puas	26	21.3
Total	122	100.0

Sumber: data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel 4.39, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa responden puas berbelanja di Situs Kaskus yaitu sebesar 21,3% responden menyatakan sangat puas. Sementara sebesar 50% responden menyatakan puas berbelanja di Situs Kaskus, lalu responden yang menyatakan kurang puas sebesar 27,9%, sementara 0,8% responden menyatakan ketidakpuasannya berbelanja di Situs Kaskus. Dengan demikian mayoritas

responden menyatakan puas bahwa berbelanja di Situs Kaskus. Alasannya adalah karena situs Kaskus menyediakan berbagai jenis produk, sehingga sangat memudahkan para penggunanya untuk berbelanja tanpa harus meninggalkan rumah atau kantor.

Tabel 4.40

Akan membeli kembali di Kaskus

Tanggapan Responden	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.8
Kurang setuju	35	28.7
Setuju	56	45.9
Sangat Setuju	30	24.6
Total	122	100.0

Sumber: data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel 4.40, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa responden akan membeli kembali di Situs Kaskus yaitu sebesar 24,6% responden menyatakan sangat setuju. Sementara sebesar 45,9% responden menyatakan setuju akan membeli kembali di Situs Kaskus, lalu responden yang menyatakan kurang setuju sebesar 28,7%, sementara 0,8% responden menyatakan ketidaksetujuannya berbelanja kembali di Situs Kaskus. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan setuju bahwa akan berbelanja melalui kembali di Situs Kaskus. Alasannya karena mayoritas responden merasa aman berbelanja di kaskus

Tabel 4.41
Akumulasi jawaban Responden tentang proses keputusan pembelian

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensinya					Skor Total (%)
	5	4	3	2	1	
1	39	36	34	10	3	76.07
2	44	48	25	4	1	81.31
3	55	41	18	7	1	83.28
4	29	44	38	9	2	74.59
5	58	49	15	0	0	87.05
6	40	44	33	2	3	79.02
7	40	44	33	2	3	79.02
8	27	30	47	12	6	69.84
9	26	61	34	1	0	78.36
Jumlah Skor Total						**78.72**
Kriteria						**Baik**

Untuk mengkatagorikan penilain responden tentang proses keputusan pembelian, maka penulis membuat pengkategorian dalam garis interval sebagai berikut:

Jarak interval untuk 9 pernyataan dengan 122 orang responden

Skor Minimum $= \frac{Skor\ Minimum}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

Skor Maksimum $= \frac{Skor\ Maksimum}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persen = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

$= 100\% - 20\%$

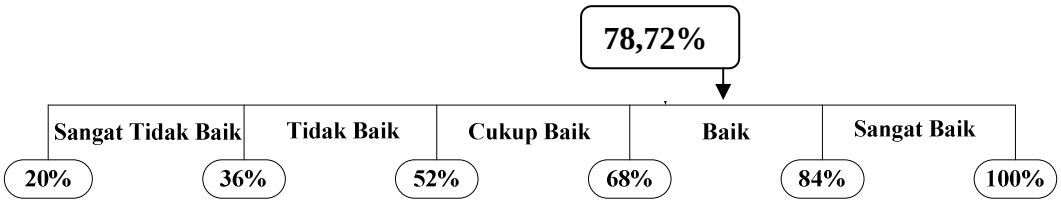
$= 80\%$

Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)

= 80% : 5

= 16%

Dengan jarak interval sebesar 16% pada masing-masing kategori, maka dapat digambarkan pembagian skor tanggapan responden tentang proses keputusan pembelian dalam bentuk garis kontinum adalah sebagai berikut:



Gambar 4.7
Garis Kontinum Proses Keputusan Pembelian

Berdasarkan gambar 4.7, jumlah persentase skor tanggapan responden tentang proses keputusan pembelian diperoleh skor sebesar 78,72%, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan responden nilai tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa tanggapan responden tentang Proses Keputusan Pembelian adalah baik.

4.2.4 Dampak Kualitas Website terhadap Proses Keputusan Pembelian

4.2.4.1 Uji Kualitas Data

Agar dapat membuktikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini relevan dalam arti data yang terkumpul sesuai dengan tujuan penelitian dan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan juga data reliabel, maka sebelum melakukan analisis lebih lanjut, diperlukan uji kualitas data atas data yang telah terkumpul yaitu melalui uji validitas dan uji reliabilitas.

4.2.4.1.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas data dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas data dan derajat kebenaran dari suatu proses pengukuran atau pengumpulan data pada instrument penelitian. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pertanyaan-pertanyaan mana yang valid atau tidak valid dengan r kritis = 0.300. Apabila alat ukur tersebut <0.300 maka alat ukur tersebut dinyatakan valid (Sugiyono, 2001:124). Dimana uji validitas variabel x (kualitas website) ini, sudah diuji oleh Barnes & Vidgen (2002). Sementara untuk variabel y (proses keputusan pembelian) penulis menggunakan program *softwere SPSS for windows* 17.

Tabel 4.42
Hasil Uji Validitas Kualitas Website (Variabel X)

	Component				
	1	2	3	4	5
Q1		.780			
Q2		.789			
Q3		.794			
Q4		.777			
Q5				.713	
Q6				.726	
Q7				**.865**	
Q8				.576	
Q9	.702				
Q10	.711				
Q11	.756				
Q12	.706				
Q13	.599				
Q14	.608				
Q15	.594				
Q16			.607		
Q17			.887		
Q18			.862		
Q19					.688
Q20					.882
Q21					
Q22			.684		

Sumber : Barnes & Vidgen (2002) *An Integrative Approach to the Assessment of E-Commerce Quality*

Berdasarkan tabel 4.42 diatas, semua item memiliki koefisien validitas lebih besar dari nilai r kritisnya sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut valid dalam artian item-item dapat digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Website dan akan mampu menghasilkan variabel yang akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 4.43
Hasil Uji Validitas Proses Keputusan Pembelian (Variabel Y)

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas		
		Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Y	1	0,52	0,300	Valid
	2	0,66	0,300	Valid
	3	0,75	0,300	Valid
	4	0,65	0,300	Valid
	5	0,56	0,300	Valid
	6	0,69	0,300	Valid
	7	0,67	0,300	Valid
	8	0,78	0,300	Valid
	9	0,67	0,300	Valid

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.43 diatas, semua item memiliki koefisien validitas lebih besar dari nilai r kritisnya sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut valid dalam artian item-item dapat digunakan untuk proses keputusan pembelian dan akan mampu menghasilkan variabel yang akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

4.2.4.1.2 Hasil Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah tingkat konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Jika alat ukur dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel. Ide pokok dari konsep reliabilitas adalah sejauh mana skor hasil

pengukuran terbebas dari kekliruan *(error of reliability)* dengan dengan r kritis = 0.700. Apabila alat ukur tersebut < 0.700 maka dinyatakan tidak reliabel dan apabila > 0.700 maka alat ukur tersebut dinyatakan reliabel (Jonathan S., 2006:220). Dalam uji reliabilitas ini, program *softwere SPSS for windows* 17.

Tabel 4.44
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Website (Variabel X)

Variabel	Item Pertanyaan	Reliabilitas		
		Koefisien Reabilitas	Titik Kritis	Variabel
X	1	0,946	0,700	Reliabel
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	15			
	16			
	17			
	18			
	19			
	20			
	21			
	22			

Sumber : data primer yang telah diolah

Tabel 4.44 diatas menunjukan bahwa variabel X memiliki koefisien reliabilitas yang lebih besar dari 0.700 yaitu sebesar 0.946 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dapat mengukur variabel kualitas website dan dinyatakan reliabel dimana akan mampu menghasilkan jawaban-jawaban yang konsisten dan bisa dipertanggungjawabkan.

Tabel 4.45
Hasil Uji Reabilitas Proses Keputusan Pembelian (Variabel Y)

Variabel	Item Pertanyaan	Reliabilitas		
		Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Y	23	0,823	0,700	Reliabel
	24			
	25			
	26			
	27			
	29			
	30			
	31			

Sumber : data primer yang telah diolah

Tabel 4.45 diatas menunjukan bahwa variabel Y memiliki koefisien reliabilitas yang lebih besar dari 0.700 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dapat mengukur variabel proses keputusan pembelian dan dinyatakan reliabel dimana akan mampu menghasilkan jawaban-jawaban yang konsisten dan bisa dipertanggungjawabkan.

4.2.4.2 Analisis Verifikatif

4.2.4.1.2.1 Analisis Regresi

Penggunaan analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk membuat model matematis dari pengaruh kualitas website terhadap proses keputusan pembelian sehingga dari model tersebut diketahui besarnya perubahan pada proses keputusan pembelian jika suatu situs memiliki kualitas yang baik, dilakukan perhitungan seperti yang dikemukakan oleh Sugiono (2006:204) sebagai berikut:

Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + bX$$

Dengan:

$$a = \frac{\left(\sum Y_i\right)\left(\sum X_i^2\right) - \left(\sum X_i\right)\left(\sum X_i Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

Dengan menggunakan rumus diatas maka perhitungan dapat dilakukan dengan menggunakan tabel bantu seperti di bawah ini:

Tabel 4.46
Tabel Bantu Perhitungan Koefisien Regresi

No Resp	Skor Total (X)	Skor Total (Y)	X^2	Y^2	XY
1	60.00	36.00	3600	1296	2160
2	61.76	29.78	3814.83	886.72	1839.20
3	60.29	21.83	3635.45	476.52	1316.20
4	61.92	25.42	3834.66	646.31	1574.30
5	68.03	26.78	4628.03	717.33	1822.03
6	64.58	28.24	4170.57	797.52	1823.76
7	80.83	37.38	6533.57	1397.59	3021.80
8	50.34	21.56	2534.33	464.81	1085.35
9	78.53	36.14	6167.18	1306.10	2838.13
10	67.50	27.12	4556.50	735.56	1830.73
11	63.27	24.88	4003.13	619.15	1574.34
...	...	...	...	...	...
122	85.60	29.18	7328.72	851.54	2498.14
Jumlah	**8957.89**	**3763.49**	**681682.19**	**119792.63**	**283120.30**

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

N	=	122
Σ X	=	8957.89
Σ Y	=	3763.49
Σ X^2	=	681682.19
Σ Y^2	=	119792.63
Σ XY	=	283120.30

Maka untuk menentukan nilai a dan b adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{\left(\sum Y_i\right)\left(\sum X_i^{\,2}\right) - \left(\sum X_i\right)\left(\sum X_i Y_i\right)}{n\sum X_i^{\,2} - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$a = \frac{(3763{,}49)(681682{,}19) - (8957{,}89)(283120{,}30)}{122(681682{,}19) - (8957{,}89)^2}$$

$$a = 10{,}44$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i^{\,2} - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$b = \frac{122(283120{,}30) - (8957{,}89)(3763{,}49)}{122(681682{,}19) - (8957{,}89)^2}$$

$$b = 0{,}283$$

Sehingga diperoleh model regresi sebagai berikut:

Y = 10,44+ 0,283 X

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika X bernilai 0, maka Y bernilai 10,44. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa pada setiap kenaikan nilai X sebesar 1 unit, maka Y akan meningkat sebesar 0,283 unit. Jadi artinya

apabila terjadi kenaikan pada variabel Kualitas Web sebesar 1, maka proses keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,283 kali dari variabel kualitas website.

Jika dilakukan perhitungan dengan menggunkan software *SPSS 17.0 for window*, maka output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.47
Koefisien Regresi Linier Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.045	1.857		5.410	.000
	Kualitas web	.283	.025	.721	11.406	.000

a. Dependent Variable: proses keputusan pembelian

4.2.4.2 Analisis Koefisien Korelasi *Pearson*

Analisa terhadap data-data yang telah dikumpulkan untuk menyatakan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat , maka digunakan korelasi.

"Korelasi digunakan untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dan tergantung" (Jonathan Sarwono,2006: 37)

Kuat lemahnya hubungan antara variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini, dibuktikan dengan menggunakan analisis Korelasi Pearson *Product Moment*, karena dalam penelitian ini penulis mempergunakan metode penelitian analisis deskriptif dan skala pengukuran interval. Analisis *Korelasi Product Moment* digunakan untuk mengukur kuat atau lemahnya hubungan dan

membuktikan hipotesis hubungan Kualitas Website terhadap Proses Keputusan Pembelian

.

Rumus dari analisis *Korelasi Product Moment* adalah:

$$r = \frac{n\left(\sum XY\right) - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left\{n\left(\sum X^2\right) - \left(\sum X\right)^2\right\}\left\{n\left(\sum Y^2\right) - \left(\sum Y\right)^2\right\}}}$$

Sumber: Sugiyono, 2008

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

X = *Digital Marketing*

Y = Loyalitas Konsumen

n = Banyaknya sampel

Kuat atau tidaknya hubungan antara kedua variabel dapat dilihat dari beberapa kategori koefisien korelasi mempunyai nilai $-1 \leq r \leq +1$ dimana :

- Apabila r = +1, maka korelasi antara kedua variabel dikatakan sangat kuat dan searah, artinya jika X naik sebesar 1 maka Y juga akan naik sebesar 1 atau sebaliknya.
- Apabila r = 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lebar atau tidak ada hubungan sama sekali.
- Apabila r = -1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan berlawanan arah, artinya apabila X naik sebesar 1 maka Y akan turun sebesar 1 atau sebaliknya.

Hasil dari pengolahan data statistic dari output SPSS 17.0 for window adalah sebagai berikut

Tabel 4.48
Correlations Pearson

		Kualitas web	Proses keputusan pembelian
Kualitas web	Pearson Correlation	1.000	.721**
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	122	122
Proses keputusan pembelian	Pearson Correlation	.721**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	122	122

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas, angka 0,721 menunjukkan hubungan kedua variable tersebut Kuat, sedangkan tanda positif (+) menunjukkan bahwa semakin besar perubahan yang terjadi pada kualitas website maka akan semakin besar perubahan proses keputusan pembelian, atau sebaliknya semakin kecil perubahan yang terjadi pada kualitas website maka akan semakin kecil perubahan proses keputusan pembelian. Hubungan ini dinamakan hubungan yang searah. Korelasi antara kualitas website dan proses keputusan pembelian.

Berdasarkan tabel 4.48 diatas, diketahui bahwa tingkat korelasi antara kualitas website dengan proses keputusan pembelian adalah kuat yaitu sebesar 0,792. Bila kita sesuaikan dengan kriteria nilai korelasi, maka nilai korelasi antara kedua variabel diatas termasuk korelasi kuat, karena nilai 0,792 berada antara kriteria nilai korelasi 0,60 sampai dengan 0,799. Dari hasil data pengolahan

tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pelaksanaan kualitas website mempunyai hubungan kuat dengan proses keputusan pembelian.

4.2.4.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi dipergunakan untuk melihat besarnya kontribusi dampak Kualitas Website terhadap Proses Keputusan Pembelian dalam bentuk persen (%). Analisis ini dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

r` = koefisien korelasi

Sehingga:

KD $= 0{,}721^2 \times 100\%$

$= 0{,}52 \times 100\%$

$= 52\%$

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721[a]	.520	.516	3.84388

a. Predictors: (Constant), x

Kesimpulan:

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis koefisien determinasi diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas website berdampak terhadap proses keputusan pembelian secara *online* sebesar 52% yang menandakan dampak tersebut **kuat**. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 42% merupakan pengaruh dari

faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Faktor-faktor tersebut kemungkinan diantaranya adalah: (1) Sikap atau perilaku konsumen terhadap pembelian online(2) Ketersediaan produk yang dijual, (3) Harga, dan lain-lain.

4.2.4.4 Uji Hipotesis

Berdasarkan dari rancangan pengujian hipotesis yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t. Maksud pengujian hipotesis ini adalah untuk menentukan apakah hipotesis yang digunakan oleh penulis ditolak atau diterima. Untuk menguji apakah terdapat dampak kualitas website terhadap proses keputusan pembelian, penulis melakukan pengujian hipotesis dengan langkah-langkah sebagai berikut :

H_0 : $\rho = 0$: tidak ada dampak signifikan antara kualitas website terhadap proses keputusan pembelian

H_1 : $\rho \neq 0$: ada dampak signifikan antara kualitas website terhadap proses keputusan pembelian

Penelitian kriteria berupa sampel sebanyak 122 orang yang digunakan sebagai responden yang diamati dengan pada tingkat signifikan 1 % α = 0,01 dan derajat kebebasan (df) = n-2 =122 – 2 = 120 dengan pengujian dua sisi sehingga dari data tersebut dapat diketahui bahwa t_{tabel} = 1,658. Selanjutnya menentukan t_{hitung} dengan menggunakan uji. Maka hasil perhitungan pengujian hipotesi dapat dilihat di bawah ini.

$$t_{hitung} = r\sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = 0{,}792\sqrt{\frac{122-2}{1-0{,}792^2}}$$

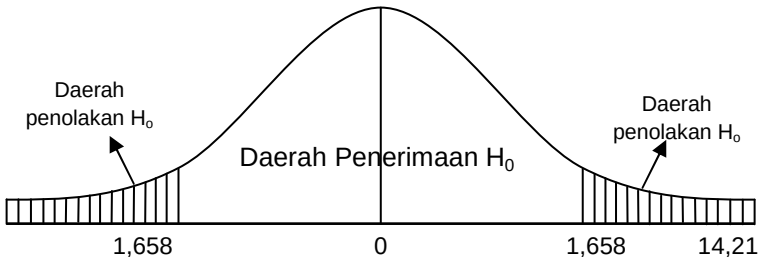
$$t_{hitung} = 14{,}21$$

Adapun hasil dari pengolahan data statistik non parametrik dengan mempergunakan SPSS 17.0 *for windows* berikut ini :

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.045	1.857		5.410	.000
	x	.283	.025	.721	14,214	.000

a. Dependent Variable: y



Gambar 4.8
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0

Berdasarkan uji hipotesis diatas menunjukan bahwa nilai t_{hitung} = 14,21 dimana nilai t_{tabel} =1,658. Sehingga terbukti bahwa terdapat hubungan signifikan antara kualitas website dengan proses keputusan pembelian secara online. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 14,21> 1,658. Hal ini Sesuai dengan uji signifikansi dengan kriteria penolakan dan permintaan hipotesis Ho adalah sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} > t_t_{abel}$ maka H_0 ada pada daerah penolakan, berarti H_1 diterima/terdapat dampak yang berarti.
b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ada pada daerah penerimaan, berarti H_1 ditolak/tidak terdapat dampak yang berarti.

Berdasarkan dari tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui seberapa besar dampak kualitas website terhadap proses keputusan pembelian secara online, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas website dengan proses keputusan pembelian secara online. Berarti semakin baik kualitas website Kaskus.us maka akan memberikan dampak yang baik pula terhadap proses keputusan pembelian di situs kaskus.us