

**ANALISIS PENERAPAN *E-COMMERCE***  
**TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**  
**PADA PT. GS NIAGA INTERNUSA**

Valiant Nirwana Permai 0800737020

David 0800764715

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian dari skripsi ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja *web glodokshop.com* dan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan kepuasan dan ketidakpuasan konsumen.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode pengumpulan data, metode pengolahan data dan metode analisis data. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penelitian survei yaitu melalui penyebaran kuesioner. Metode pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 15.0.

Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis *gap* dan analisis diagram kartesius. Hasil yang dicapai dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen cukup puas dengan kinerja perusahaan.

Hasil yang dicapai berdasarkan uji metode analisa *GAP* lebih banyak butir pertanyaan yang bernilai positif daripada negatif sehingga dapat ditarik simpulan bahwa berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen merasa cukup puas dengan kinerja perusahaan

**Kata kunci** : Analisis, *E-commerce*, Kepuasan, Konsumen

## Kata Pengantar

Segala puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas kasih karunia-Nya, kesempatan, hikmat, rahmat, kekuatan dan kesehatan serta bimbingan-Nya yang dicurahkan selama pengerjaan skripsi ini sampai selesai, sehingga dapat diselesaikan penulisan skripsi yang berjudul "**Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Penerapan *E-Commerce* Pada PT. GS Niaga Internusa**".

Menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh kesempurnaan dan terbatasnya kemampuan, pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, sangat diharapkan saran serta kritik yang bersifat membangun, guna menyempurnakan skripsi ini.

Selama penyusunan skripsi ini telah diperoleh banyak petunjuk dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankan penulis untuk menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Alm. Dr., Ir., Theresia Widya Soerjaningsih, MM., selaku pendiri Universitas Bina Nusantara.
2. Bapak Prof. Dr. Gerardus Polla, M.App.Sc. selaku Rektor Universitas Bina Nusantara.
3. Bapak Engkos Achmad Kuncoro, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara.
4. Bapak Idris Gautama SE., S.kom., MM selaku Ketua jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara.
5. Bapak Dr. Harjanto Prabowo, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan, dan pemeriksaan terhadap penulisan skripsi ini sejak awal hingga selesai.
6. Bapak Pdt Timotius yang telah membantu pengerjaan skripsi dari awal hingga sidang pendaran yang tidak mengenal siang dan malam.
7. Bapak Joseph Widyanta Setya Adhi selaku Direktur utama PT G.S Niaga Internusa dan seluruh staff yang telah banyak memberikan bantuan dalam melakukan penelitian.

8. Segenap Dosen Universitas Bina Nusantara yang telah banyak memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
9. Kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan moril dan materiil sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini.
10. Semua teman dan pihak lain yang tidak dapat penulis disebutkan satu persatu yang telah memberikan nasehat, bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, diharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan semoga skripsi ini dapat dijadikan sumber informasi untuk penelitian dengan topic yang *relative* sama.

Jakarta, 15 Juni 2008

Penulis

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| Halaman judul Luar                           | i    |
| Halaman judul Dalam                          | ii   |
| Halaman Persetujuan <i>Hard Cover</i>        | iii  |
| Abstrak                                      | iv   |
| Kata Pengantar                               | v    |
| Daftar Isi                                   | vii  |
| Daftar Tabel                                 | xi   |
| Daftar Gambar                                | xii  |
| Daftar Lampiran                              | xiii |
| Bab 1. Pendahuluan                           | 1    |
| 1.1 Latar Belakang                           | 1    |
| 1.2 Identifikasi Masalah                     | 2    |
| 1.3 Tujuan Penelitian                        | 3    |
| 1.4 Manfaat Penelitian                       | 3    |
| 1.5 Sistematika Penulisan                    | 3    |
| Bab 2. Landasan Teori Dan Kerangka Pemikiran | 5    |
| 2.1 Landasan Teori                           | 5    |
| 2.1.1 Definisi <i>Internet</i>               | 5    |
| 2.1.1.1 Istilah <i>Internet</i>              | 5    |
| 2.1.1.2 <i>Intranet</i>                      | 6    |
| 2.1.1.3 <i>Ekstranet</i>                     | 6    |
| 2.1.2 <i>E-Business</i>                      | 6    |
| 2.1.3 <i>E-Commerce</i>                      | 7    |
| 2.1.3.1 Terminologi <i>E-Commerce</i>        | 8    |

|   |    |
|---|----|
| 2.1.3.2 Keuntungan dan Keterbatasan <i>E-Commerce</i>   | 10 |
| 2.1.3.3 Pembayaran dalam <i>E-commerce</i>              | 14 |
| 2.1.3.4 Jenis <i>E-Commerce</i>                         | 16 |
| 2.1.3.5 Keamanan dalam <i>E-Commerce</i>                | 18 |
| 2.1.4 Perbedaan <i>E-Business</i> dan <i>E-Commerce</i> | 19 |
| 2.1.5 <i>Website</i>                                    | 20 |
| 2.1.5.1 Pengertian <i>Website</i>                       | 20 |
| 2.1.5.2 Klasifikasi <i>Website</i>                      | 20 |
| 2.1.5.3 Kriteria <i>Website</i> yang baik               | 20 |
| 2.1.6 Penjualan dan Pemasaran                           | 23 |
| 2.1.6.1 Definisi Penjualan                              | 23 |
| 2.1.6.2 Definisi Pemasaran                              | 23 |
| 2.1.6.3 Pemasaran Online                                | 24 |
| 2.1.6.4 Manfaat Pemasaran Online                        | 24 |
| 2.1.7 Kepuasan Konsumen                                 | 25 |
| 2.1.7.1 Definisi Kepuasan                               | 25 |
| 2.1.7.2 Definisi Konsumen                               | 25 |
| 2.1.7.3 Kepuasan Konsumen                               | 26 |
| 2.1.7.4 Faktor – faktor pendorong Kepuasan Konsumen     | 26 |
| 2.1.7.5 Alat mengukur Kepuasan Konsumen                 | 28 |
| 2.1.7.6 Manfaat Kepuasan Konsumen                       | 29 |
| 2.1.7.7 Perilaku Konsumen Online                        | 29 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran                                  | 30 |
| Bab 3. Metodologi Penelitian                            | 31 |
| 3.1 Desain Penelitian                                   | 31 |
| 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian                | 32 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian                    | 35 |

|  |    |
|--|----|
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data                            | 36 |
| 3.5 Teknik Pengolahan Sampel                           | 36 |
| 3.6 Metode Analisis                                    | 37 |
| 3.6.1 Analisis <i>Gap</i>                              | 39 |
| 3.6.2 Diagram Kartesius                                | 41 |
| 3.6.2 Critical Success Factor                          | 42 |
| 3.7 Uji Validitas                                      | 43 |
| 3.8 Uji Reabilitas                                     | 44 |
| Bab 4. Hasil dan Pembahasan                            | 46 |
| 4.1 Profil Responden                                   | 46 |
| 4.1.1 Visi dan Misi                                    | 47 |
| 4.2 Struktur Organisasi                                | 47 |
| 4.3 Tugas, Tanggungjawab dan Wewenang                  | 47 |
| 4.4 Uji Validitas dan Reabilitas                       | 49 |
| 4.5 Profil Responden                                   | 56 |
| 4.5.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin       | 57 |
| 4.5.2 Profil Responden Berdasarkan Usia                | 58 |
| 4.5.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan          | 59 |
| 4.5.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan           | 60 |
| 4.5.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan | 61 |
| 4.6 Pembahasan Hasil Kuesioner Secara Keseluruhan      | 62 |
| 4.6.1 Analisis dengan <i>Gap</i>                       | 62 |
| 4.6.2 Analisis dengan Diagram Kartesius                | 77 |
| 4.6.3 Analisis dengan CSF                              | 83 |
| 4.7 Implikasi Hasil Penelitian                         | 83 |

|                           |    |
|---------------------------|----|
| Bab 5. Simpulan dan Saran | 85 |
| 5.1 Simpulan              | 85 |
| 5.2 Saran                 | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA            | 87 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP      |    |

## DAFTAR TABEL

|            | Halaman  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 3.1  | Desain Penelitian                                | 31 |
| Tabel 3.2  | Operasionalisasi Variabel Penelitian             | 32 |
| Tabel 3.3  | Jenis dan Sumber Data Penelitian                 | 35 |
| Tabel 4.1  | Uji Validitas Tingkat Kinerja                    | 50 |
| Tabel 4.2  | Uji Validitas Tingkat Harapan                    | 51 |
| Tabel 4.3  | Uji Validitas Tingkat Kepentingan                | 53 |
| Tabel 4.4  | Uji Reabilitas Tingkat Kinerja                   | 55 |
| Tabel 4.5  | Uji Reabilitas Tingkat Harapan                   | 55 |
| Tabel 4.6  | Uji Reabilitas Tingkat Kepentingan               | 56 |
| Tabel 4.7  | Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin       | 57 |
| Tabel 4.8  | Profil Responden Berdasarkan Usia                | 58 |
| Tabel 4.9  | Profil Responden Berdasarkan Pendidikan          | 59 |
| Tabel 4.10 | Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan           | 60 |
| Tabel 4.11 | Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan | 61 |
| Tabel 4.12 | Penghitungan Mean                                | 62 |
| Tabel 4.13 | Analisis <i>Gap</i> dan Pemberian <i>Rank</i>    | 63 |
| Tabel 4.14 | Analisis Kartesius                               | 77 |
| Tabel 4.15 | Hasil Pengolahan Keseluruhan                     | 84 |



## DAFTAR GAMBAR

|   | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1 Terminologi <i>E-Commerce</i>                    | 9       |
| Gambar 2.2 Dimensi dari <i>E-Commerce</i>                   | 10      |
| Gambar 3.1 Analisa Kuadran Harapan – Kenyataan              | 41      |
| Gambar 3.2 Diagram Kartesius                                | 42      |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. GS Niaga Internusa       | 47      |
| Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin       | 57      |
| Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia                | 58      |
| Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan          | 59      |
| Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan           | 60      |
| Gambar 4.6 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan | 61      |
| Gambar 4.7 Diagram Kartesius                                | 79      |

## DAFTAR LAMPIRAN

|             |   | Halaman |
|-------------|---|---------|
| Lampiran 1  | Kuesioner   | L1      |
| Lampiran 2  | Hasil Uji Reabilitas Kenyataan Desain               | L8      |
| Lampiran 3  | Hasil Uji Reabilitas Kenyataan Fitur                | L8      |
| Lampiran 4  | Hasil Uji Reabilitas Kenyataan Content              | L9      |
| Lampiran 5  | Hasil Uji Reabilitas Kenyataan Kenyamanan           | L10     |
| Lampiran 6  | Hasil Uji Reabilitas Kenyataan Kualitas Pelayanan   | L10     |
| Lampiran 7  | Hasil Uji Reabilitas Kenyataan Harga                | L11     |
| Lampiran 8  | Hasil Uji Reabilitas Kenyataan Faktor Kemudahan     | L12     |
| Lampiran 9  | Hasil Uji Reabilitas Harapan Desain                 | L12     |
| Lampiran 10 | Hasil Uji Reabilitas Harapan Fitur                  | L13     |
| Lampiran 11 | Hasil Uji Reabilitas Harapan Content                | L14     |
| Lampiran 12 | Hasil Uji Reabilitas Harapan Kenyamanan             | L14     |
| Lampiran 13 | Hasil Uji Reabilitas Harapan Kualitas Pelayanan     | L15     |
| Lampiran 14 | Hasil Uji Reabilitas Harapan Harga                  | L16     |
| Lampiran 15 | Hasil Uji Reabilitas Harapan Faktor Kemudahan       | L16     |
| Lampiran 16 | Hasil Uji Reabilitas Kepentingan Desain             | L17     |
| Lampiran 17 | Hasil Uji Reabilitas Kepentingan Fitur              | L18     |
| Lampiran 18 | Hasil Uji Reabilitas Kepentingan Content            | L18     |
| Lampiran 19 | Hasil Uji Reabilitas Kepentingan Kenyamanan         | L19     |
| Lampiran 20 | Hasil Uji Reabilitas Kepentingan Kualitas Pelayanan | L19     |
| Lampiran 21 | Hasil Uji Reabilitas Kepentingan Harga              | L20     |
| Lampiran 22 | Hasil Uji Reabilitas Kepentingan Faktor Kemudahan   | L21     |
| Lampiran 23 | Kuesioner Responden Kenyataan Variabel Desain       | L22     |

|             |   |     |
|-------------|---|-----|
| Lampiran 24 | Kuesioner Responden Kenyataan Variabel Fitur                | L23 |
| Lampiran 25 | Kuesioner Responden Kenyataan Variabel Content              | L25 |
| Lampiran 26 | Kuesioner Responden Kenyataan Variabel Kenyamanan           | L27 |
| Lampiran 27 | Kuesioner Responden Kenyataan Variabel Kualitas Pelayanan   | L28 |
| Lampiran 28 | Kuesioner Responden Kenyataan Variabel Harga                | L30 |
| Lampiran 29 | Kuesioner Responden Kenyataan Variabel Faktor Kemudahan     | L32 |
| Lampiran 30 | Kuesioner Responden Harapan Variabel Desain                 | L33 |
| Lampiran 31 | Kuesioner Responden Harapan Variabel Fitur                  | L35 |
| Lampiran 32 | Kuesioner Responden Harapan Variabel Content                | L37 |
| Lampiran 33 | Kuesioner Responden Harapan Variabel Kenyamanan             | L39 |
| Lampiran 34 | Kuesioner Responden Harapan Variabel Kualitas Pelayanan     | L40 |
| Lampiran 35 | Kuesioner Responden Harapan Variabel Harga                  | L42 |
| Lampiran 36 | Kuesioner Responden Harapan Variabel Faktor Kemudahan       | L44 |
| Lampiran 37 | Kuesioner Responden Kepentingan Variabel Faktor Desain      | L45 |
| Lampiran 38 | Kuesioner Responden Kepentingan Variabel Faktor Fitur       | L47 |
| Lampiran 39 | Kuesioner Responden Kepentingan Variabel Faktor Content     | L49 |
| Lampiran 40 | Kuesioner Responden Kepentingan Variabel Kenyamanan         | L50 |
| Lampiran 41 | Kuesioner Responden Kepentingan Variabel Kualitas Pelayanan | L52 |
| Lampiran 42 | Kuesioner Responden Kepentingan Variabel Harga              | L54 |
| Lampiran 43 | Kuesioner Responden Kepentingan Variabel Faktor Kemudahan   | L55 |
| Lampiran 44 | Kuesioner Kenyataan Variabel Desain                         | L57 |
| Lampiran 45 | Kuesioner Kenyataan Variabel Fitur                          | L57 |
| Lampiran 46 | Kuesioner Kenyataan Variabel Content                        | L58 |
| Lampiran 47 | Kuesioner Kenyataan Variabel Kenyamanan                     | L59 |
| Lampiran 48 | Kuesioner Kenyataan Variabel Kualitas Pelayanan             | L60 |
| Lampiran 49 | Kuesioner Kenyataan Variabel Harga                          | L61 |
| Lampiran 50 | Kuesioner Kenyataan Variabel Faktor Kemudahan               | L61 |

|             |   |     |
|-------------|---|-----|
| Lampiran 51 | Kuesioner Harapan Variabel Desain                 | L62 |
| Lampiran 52 | Kuesioner Harapan Variabel Fitur                  | L63 |
| Lampiran 53 | Kuesioner Harapan Variabel Content                | L64 |
| Lampiran 54 | Kuesioner Harapan Variabel Kenyamanan             | L65 |
| Lampiran 55 | Kuesioner Harapan Variabel Kualitas Pelayanan     | L65 |
| Lampiran 56 | Kuesioner Harapan Variabel Harga                  | L66 |
| Lampiran 57 | Kuesioner Harapan Variabel Faktor Kemudahan       | L67 |
| Lampiran 58 | Kuesioner Kepentingan Variabel Desain             | L68 |
| Lampiran 59 | Kuesioner Kepentingan Variabel Fitur              | L69 |
| Lampiran 60 | Kuesioner Kepentingan Variabel Content            | L69 |
| Lampiran 61 | Kuesioner Kepentingan Variabel Kenyamanan         | L70 |
| Lampiran 62 | Kuesioner Kepentingan Variabel Kualitas Pelayanan | L71 |
| Lampiran 63 | Kuesioner Kepentingan Variabel Harga              | L72 |
| Lampiran 64 | Kuesioner Kepentingan Variabel Faktor Kemudahan   | L73 |
| Lampiran 65 | Tampilan <i>Website</i> glodokshop.com            | L74 |