

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE KASKUS TERHADAP KEPUASAN  
PENGGUNA**

diajukan untuk memenuhi Syarat Penilaian Ujian Tengah Semester Mata Kuliah Metode Penelitian

Disusun oleh:

Ramanda Raka  
1201130225



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**

**UNIVERSITAS TELKOM**

**BANDUNG**

**2017**

## **1.1 Gambaran umum objek penelitian**

### **1.1.1 Profil Kaskus**

KASKUS adalah forum diskusi & jual beli terbesar di Indonesia. Kaskus juga biasa untuk menemukan segala hal yang mereka butuhkan. Jutaan orang menggunakan KASKUS untuk mencari informasi, pengetahuan, bergabung dengan komunitas baru, hingga jual beli segala jenis barang dan jasa dengan harga terbaik. KASKUS terbagi kedalam dua jenis forum yaitu Forum & Forum Jual Beli (FJB). Forum adalah tempat untuk mendiskusikan segala hal. FJB adalah tempat untuk bertransaksi jual beli segala macam produk. Forum diskusi KASKUS kerap memberitakan informasi yang tidak bisa ditemukan di portal-portal berita lain. FJB KASKUS juga terbukti sebagai tempat paling lengkap untuk menemukan segala macam produk & jasa. Di KASKUS juga tercipta jargon & istilah-istilah khas yang akhirnya menjadi budaya pengguna internet di Indonesia. Beberapa diantaranya adalah Juragan, Pertamax, Rekber, COD, dan istilah-istilah lainnya.



**Gambar 1.1 Logo Kaskus.co.id**

**Sumber: <https://www.kaskus.co.id/>**

### **1.1.2 Sejarah Kaskus.co.id**

#### **Sejarah**

KASKUS didirikan pada tanggal 6 November 1999 oleh tiga pemuda asal Indonesia yang sedang melanjutkan studi di Seattle, Amerika Serikat. Mulanya Andrew Darwis, Ronald, dan Budi membuat KASKUS untuk memenuhi tugas kuliah mereka. KASKUS sendiri bertujuan untuk mengobati kerinduan mahasiswa Indonesia di luar negeri akan Indonesia melalui berita-berita Indonesia yang diterjemahkan.

Di tahun 2006 KASKUS terpaksa berubah domain dari .com menjadi .us karena penyebaran virus Brontok yang menyerang situs-situs besar Indonesia termasuk KASKUS. Sejak saat itulah alamat situs KASKUS berubah menjadi kaskus.us, yang juga sekaligus mengartikan bahwa KASKUS adalah us atau kita.

Pada tahun 2008, Andrew Darwis dan Ken Dean Lawadinata memutuskan untuk mengelola KASKUS secara profesional. Situs KASKUS, personel & infrastruktur yang terkait akhirnya diboyong ke Indonesia pada tahun ini.

Di Indonesia, kantor KASKUS pertama berlokasi di daerah Mangga Besar, yang dibantu dengan 2 orang tenaga profesional. Dibawah naungan PT. Dart Media Indonesia, langkah pertama yang dilakukan KASKUS adalah melakukan rebranding. Mematuhi UU ITE (Undang-Undang Informasi dan Transaksi

Elektronik) yang berlaku dan mendorong perilaku berinternet sehat, KASKUS mengambil langkah serius untuk menutup dua forum kontroversial yaitu BB17 (Buka-Bukaan 17 Tahun) dan Fight Club. Langkah tersebut diapresiasi baik oleh pengguna internet Indonesia, hal ini ditandai dengan meningkat pesatnya member KASKUS hingga 300% dengan jumlah member sebanyak 1,2 juta.

Di tahun 2009, untuk mengimbangi kebutuhan akan hal ini, maka kantor KASKUS pindah ke daerah Melawai. Disini tenaga profesional KASKUS bertambah hingga lebih dari 60 orang.

Sejak tahun 2009, KASKUS menjadi pemain penting di ranah online Indonesia. KASKUS menerima banyak penghargaan diantaranya “The Best Innovation in Marketing” dan “The Best Market Driving Company” oleh Marketing Magazine, dan “The Greatest Brand of the Decade” (2009-2010) oleh Mark Plus Inc. KASKUS dengan bangga berada di peringkat 1 untuk kategori situs komunitas, dan merupakan situs lokal nomor 1 di Indonesia, menurut Alexa.

Tahun 2011 KASKUS memulai kemitraannya dengan Global Digital Prima, sebuah perusahaan Indonesia yang berfokus untuk mengembangkan industri digital dan konten lokal Indonesia. Kemitraan ini mendorong pertumbuhan KASKUS yang lebih besar lagi, baik dari sisi infrastruktur, tenaga profesional & jaringan bisnisnya dalam usaha menjadi situs lokal nomor 1 di Indonesia serta pemain global online di dunia. Mengimbangi ekspansi, KASKUS pun memindahkan kantor utamanya ke Menara Palma dan menamakannya KASKUS Playground.

Tanggal 26 Mei 2012 menjadi saksi perjalanan KASKUS dimana KASKUS kembali menggunakan alamat situs resmi kaskus.com dan kaskus.co.id, ini dilakukan untuk kembali memperkuat citra KASKUS sebagai situs yang bervisi global namun tetap memiliki identitas Indonesia.

Agar senantiasa relevan dengan tren dunia digital, pada Mei 2014 KASKUS kembali meluncurkan versi baru yang dinamakan KASKUS Evolution. Pada versi ini KASKUS tampil lebih fresh, classy dan clean. Membuat navigasi yang lebih intuitif, fitur search yang lebih berkualitas di Forum serta Forum Jual Beli (FJB). Ini dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan member KASKUS yang telah mencapai lebih dari 7,8 juta member.

## **1.2 Latar belakang**

Perkembangan online shop di Indonesia sudah sangat di kenal oleh masyarakat. Dengan segala macam kelebihanannya berbelanja online merupakan alternatif yang sangat menguntungkan, menjadikan berbelanja online menjadi tempat belanja baru selain pusat perbelanjaan . Hal ini membuat banyak platform untuk berjualan online bermunculan, mereka memanfaatkan bagaimana online shopping sangat diminati oleh masyarakat Indonesia saat ini.

Berdasarkan data dari Internetworldstat tahun 2016, pengguna internet di asia adalah 50.2% dan pengguna internet di Indonesia sendiri adalah 132,700,000 dengan tingkat penetrasi sebesar 51.4%. Ini menandakan bahwa saat ini lebih dari setengah penduduk Indonesia memiliki akses internet yang membuat Indonesia memiliki tingkat konsumen online yang besar. Menurut data menkominfo transaksi E-commerce di Indonesia mencapai 130 triliun pada tahun 2013. Hal ini akan terus meningkat melihat berdasarkan jumlah pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat. Menurut Techinasia pangsa pasar e-commerce di Indonesia diprediksi akan mencapai 25% dalam beberapa tahun kedepan, bahkan pasar e-commerce di Indonesia di prediksi akan bernilai 320,8 triliun rupiah.

Kaskus memiliki online marketplace yang di namakan FJB atau Forum Jual Beli yang memfasilitasi pengguna internet untuk melakukan jual beli online dan interaksi antar penjual dan pembeli. Namun berdasarkan survey yang di lakukan oleh TOP Brand pada tahun 2016, Kaskus menduduki peringkat ke 6 dengan nilai index sebesar 0.8% dan bukan termasuk TOP Brand. Sedangkan di tahun 2012 Kaskus menempati peringkat 2 dengan nilai index sebesar 15,6% dan termasuk Top Brand 2012. Hal ini tentu menjadi pertimbangan pihak Kaskus untuk mengevaluasi kualitas layanan pada website mereka. Karena kualitas layanan ini merupakan kunci dari kepuasan pelanggan. Parasuraman et al dalam(Savitri & Kerti, 2012) mengatakan bahwa definisi dari kualitas layanan online adalah tingkat sebuah website dapat memfasilitasi secara efisien dan efektif untuk melakukan pembelian, penjualan, dan pengiriman baik produk dan jasa.

### SITUS JUAL BELI ONLINE

MERЕК	TBI	TOP
OLX.co.id	44.5%	TOP
Lazada.co.id	19.9%	TOP
Tokopedia.com	12.1%	TOP
Bukalapak.com	11.8%	
Elevania.co.id	1.6%	
Kaskus.co.id	0.8%	

**Gambar 1.3 Top Brand AWARD 2016**

Sumber: <http://www.topbrand-award.com>

### ONLINE SHOP

Merek	TBI	TOP
Tokobagus.com	47,5%	TOP
<b>Kaskus</b>	15,6%	TOP
Berniaga.com	9,2%	
Bhinneka.com	3,3%	

### **Gambar 1.3 Top Brand AWARD 2012**

**Sumber: <http://www.topbrand-award.com>**

#### **1.3 Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana mengukur kualitas website kaskus.co.id dengan menggunakan metode webqual 4.0?
2. Apakah website quality kaskus.co.id berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

#### **Daftar pustaka**

- Savitri & Kerti, 2012
- Sejarah kaskus. Diambil dari: <https://bantuan.kaskus.co.id/hc/id/articles/214603738-Sejarah-KASKUS> diakses pada 8 maret 2017
- Sekilas tentang kaskus. Diambil dari: <https://bantuan.kaskus.co.id/hc/id/articles/214603718-Sekilas-Tentang-KASKUS> diakses pada 8 maret 2017
- Arab Economic and Business Journal Volume 8, Issues 1–2, December 2013. Investigating the Impact of Website Quality on Consumers' Satisfaction in Jordanian Telecommunication Sector diambil dari: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214462513000066>
- Analisis pengaruh kualitas website tokopedia terhadap kepuasan pengguna menggunakan metode webqual 4.0. Anif Kurniawan Nugroho, Puspita Kencana Sari. Diambil dari: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>

No	Judul, Penulis, Nama Jurnal, (beserta no Volume/Edisi dan halaman jika ada) Tahun dan penerbit	Perumusan Masalah	Metode/Terori yang digunakan	Variabel dependen dan Variabel Independen	Hasil atau jawaban dari Penelitian (Perumusan Masalah )	Persamaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan	Perbedaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan
1	Investigating the Impact of Website Quality on Consumers' Satisfaction in Jordanian Telecommunication Sector 2013, ScienceDirect	Menyelidiki efek dari dimensi website quality terhadap 4 organisasi major telekomunikasi di jordania berdasarkan kepuasan pelanggan	Kuantitatif dimana peneliti memberikan kuisioner kepada 84 mahasiswa dengan ipk 2.8 di Al-Balqa university tentang kualitas website perusahaan komunikasi	-	Dari ketiga dimensi website quality semuanya menunjukkan skala di atas rata-rata untuk kepuasan pelanggan	Persamaan adalah metode juga dimensi yang digunakan sama	Perbedaannya adalah penelitian ini lebih berfokus kepada perusahaan komunikasi yang membandingkan komunikasi tidak langsung yaitu melalui website terhadap kepuasan pelanggan
2	The effect analysis of Tokopedia website quality towards user satisfaction using webqual 4.0 method 2016, Telkom university	Menganalisis kualitas website tokopedia berdasarkan dimensi webqual 4.0 terhadap kepuasan pengguna	Kuantitatif dengan teknik pengambilan sample Non-probability sampling dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% serta tingkat kesalahan maksimal sample sebesar 10%	-	Secara simultan dimensi webqual 4.0 berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna dan kualitas website tokopedia berpengaruh 63% terhadap kepuasan pelanggan	Persamaan adalah metode juga dimensi yang digunakan sama	Perbedaannya terdapat di latar belakang dan juga objek penelitian
3	The role of website quality and social capital in building buyers' Loyalty International Journal of Information Management (2016)	Bagaimana kualitas website mempengaruhi pengembangan social capital antara pembeli dan penjual	Kuantitatif dengan cara membagikan kuisioner di website shopping platform terbesar di china yaitu TaoBao dan mendapat feedback 325 kuisioner dan 307 diantaranya yang bisa dipakai		Kualitas website mempengaruhi social capital antara pembeli dan penjual dengan angka yang sangat tinggi tetapi tidak terikat dengan kognitif capital	Persamaan adalah membahas tentang website quality	Penelitian ini memiliki kerangka pemikiran yang lebih dalam dan bukan hanya membahas website quality tetapi lebih ke hubungan antar penjual dan pembeli online
4	Customers' online website satisfaction in online apparel purchase: A study of Generation Y in Malaysia Asia Pacific Management Review (2015)	Mengidentifikasi website quality sebagai kegagalan utama dari perusahaan pakaian online	Kuantitatif Kuisioner dilakukan dengan dibagi menjadi 3 bagian berisi tentang item dari penelitian terdahulu dan mendapat 200 feedback		Dari ke hipotesis yang berhubungan dengan usability, credibility, service quality, and transaction cost dengan sample 200 partisipan menunjukkan hasil multiple regression pada semua	Persamaan adalah beberapa dimensinya sama dan juga membahas tentang website quality	Perbedaannya adalah ada satu dimensi tambahan dan juga metode yang di gunakan berbeda

					variable kecuali transaction cost		
5	Online positioning through website service quality: A case of star-rated hotels in Taiwan Journal of Hospitality and Tourism Management 31 (2017)	Penelitian ini melanjutkan penelitian hotel website quality yang di gunakan untuk mengevaluasi online marketing menggunakan e-service quality	Kuantitatif dengan cara melakukan evaluasi kuisioner terhadap 175 hotel di taiwan dari hotel booking wesite		Dari sisi website service 22 hotel dari 175 hotel terbukti tidak memenuhi standar ukuran service quality dari hotel berbintang. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya website quality.	Persamaannya adalah metode yang di gunakan sama yaitu website quality	Perbedaannya adalah metode yang di gunakan di tambah dengan e-service quality bukan hanya website quality yang berarti memiliki 2 varibel x