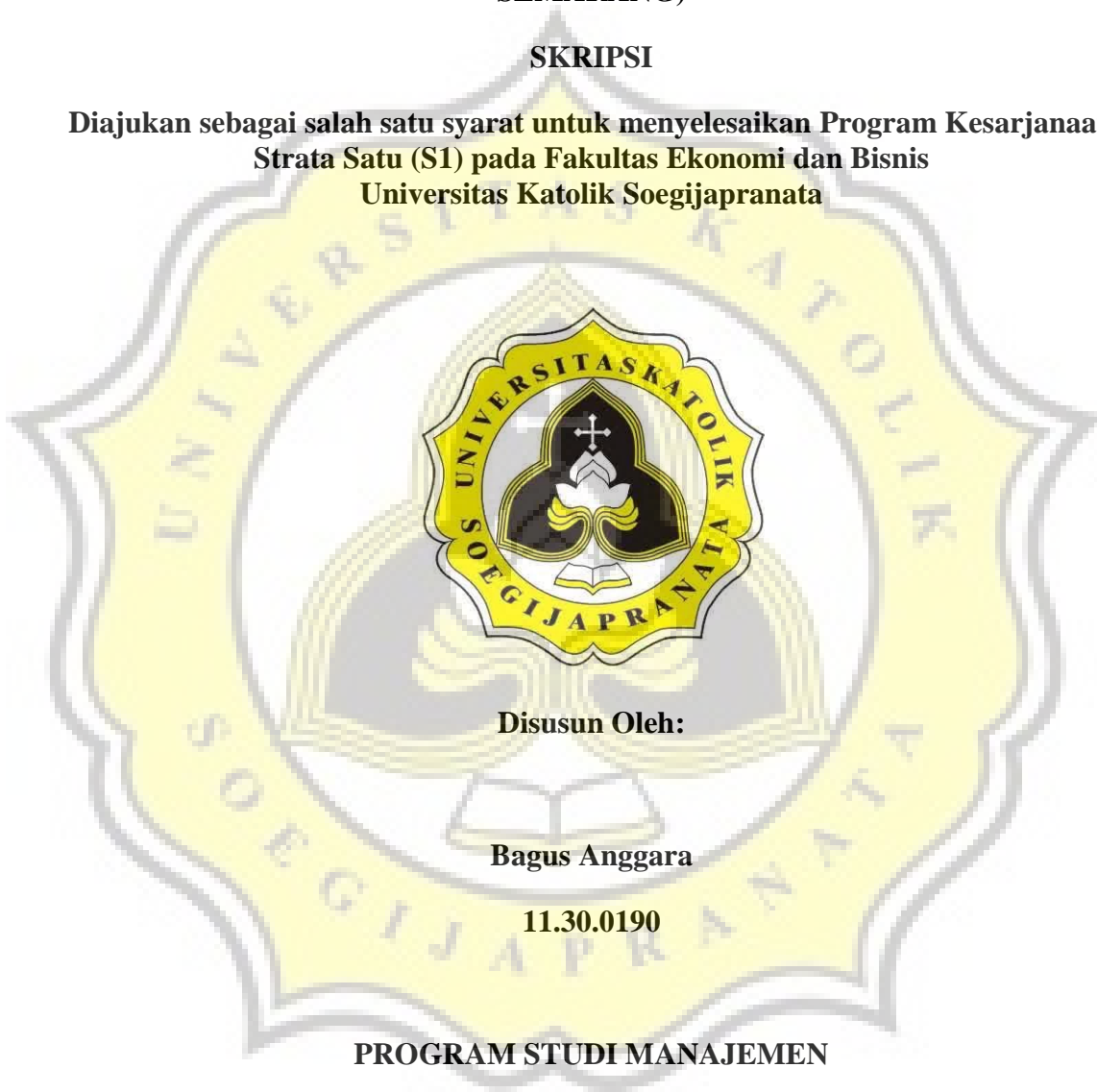


**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP IKLAN TESTIMONIAL DI  
SITUS KASKUS**

**(STUDI KASUS: ANGGOTA KOMUNITAS KASKUS REGIONAL  
SEMARANG)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Kesarjanaan  
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata**



**Disusun Oleh:**

**Bagus Anggara**

**11.30.0190**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**2016**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Bagus Anggara

NIM : 11.30.0190

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul : Analisis Sikap Konsumen terhadap Iklan Testimonial di Situs Kaskus  
(Studi Kasus: Anggota Komunitas Kaskus Regional Semarang)

Semarang, 22 Februari 2016

Disetujui oleh,  
Dosen Pembimbing

M.G. Westri Kekalih S, S.E. , M.E

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP IKLAN TESTIMONIAL DI  
SITUS KASKUS (STUDI KASUS: ANGGOTA KOMUNITAS KASKUS  
REGIONAL SEMARANG)

Disusun Oleh

Nama : Bagus Anggara  
NIM : 11.30.0190  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji pada tanggal: 22 Februari 2016

Tim Penguji

Koordinator,

Anggota,

(Dr. J. Wijanto Hadipuro, SE.,MT)

(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA.)

Anggota,

(M.G. Westri Kekalih S, S.E. , M.E)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata

( A. Sentot Suciarto, PhD.)

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bagus Anggara

NIM : 11.30.0190

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan atau bentuk-bentuk kecurangan lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 22 Februari 2016

Bagus Anggara

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN



## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih atas karunia-Nya kita panjatkan kepada Allah SWT atas segala hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Sikap Konsumen terhadap Iklan Testimonial di Situs Kaskus (Studi Kasus: Anggota Komunitas Kaskus Regional Semarang)”. Skripsi ini ditujukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menerima berbagai masukan, saran bantuan dan nasihat dari berbagai pihak, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis juga menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan berharap agar pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak A. Sentot Suciarto, PhD. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata.
2. Ibu MG. Westri Kekalih S, SE.ME., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak Dr. J. Wijanto Hadipuro, SE.,MT dan Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA., selaku dosen penguji yang senantiasa memotivasi penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staff Unika Soegijapranata yang telah memberikan pengalaman dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis sebagai bekal di masa mendatang.
5. Kedua orang tuaku Aris Abadi dan Etik Herawati yang telah memberikan doa dan motivasi yang sangat berguna bagi penulis hingga skripsi ini

terselesaikan. Menyelesaikan skripsi ini merupakan tujuan penulis agar dapat membahagiakan kedua orang tua yang telah memberikan dukungan yang tanpa hentinya bagi penulis.

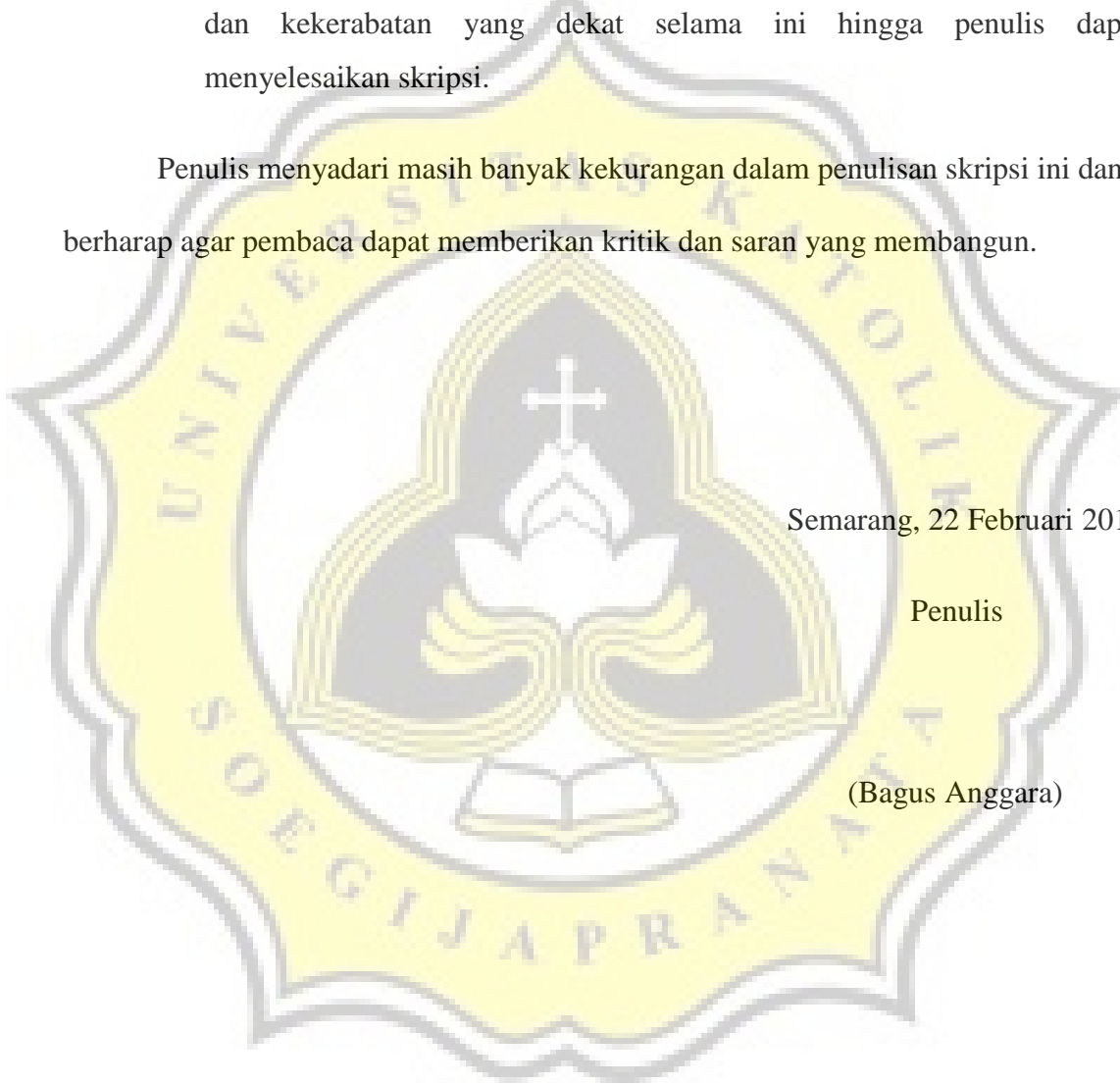
6. Teman-teman kuliah dan sekolah yang telah memberikan persahabatan dan kekerabatan yang dekat selama ini hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan berharap agar pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun.

Semarang, 22 Februari 2016

Penulis

(Bagus Anggara)



## ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh komponen sikap, yaitu: kognitif, afektif, dan konatif terhadap iklan testimonial di situs kaskus. Komponen sikap kognitif berisi pengetahuan dan keyakinan, komponen afeksi berisi perasaan seseorang terhadap suatu obyek, dan komponen konatif merupakan perilaku seseorang akibat stimulasi komponen kognitif dan afektif. Obyek yang dibahas dalam penelitian ini adalah anggota komunitas kaskus regional Semarang dengan responden berjumlah 10 orang. Data dalam penelitian ini berupa kualitatif dengan metode wawancara mendalam. Dari analisis data yang telah dibahas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa iklan testimonial merupakan kesaksian dari pembeli terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk penjual. Iklan testimonial dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena dapat digunakan sebagai referensi sebelum melakukan keputusan pembelian. Namun, iklan testimonial di situs kaskus saat ini kualitasnya mulai berkurang karena disinyalir adanya pemalsuan testimoni oleh penjual.

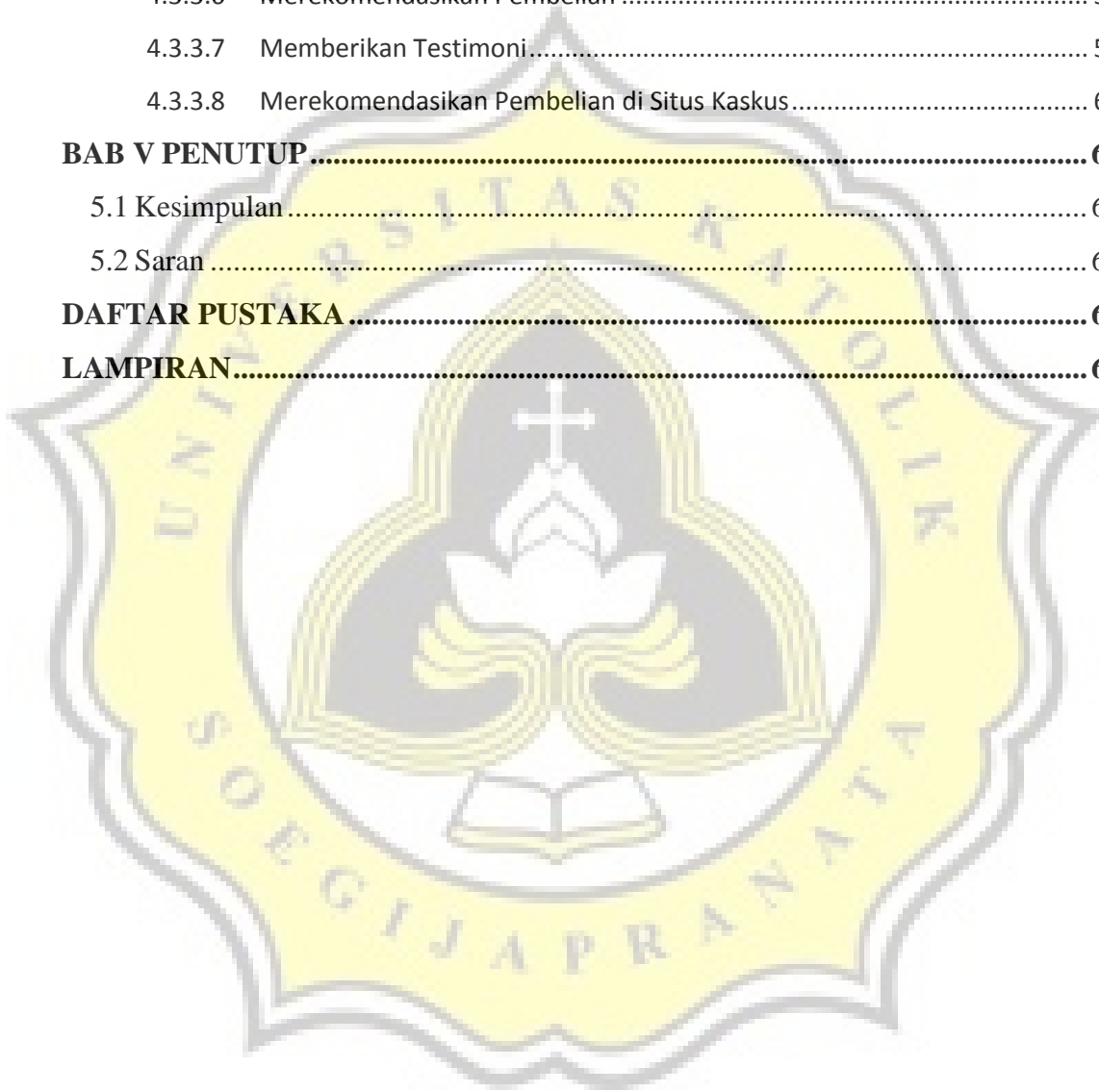


## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
2.1 Pemasaran <i>Online</i> dan Pemasaran Tradisional.....	6
2.2 <i>E-Commerce</i> .....	7
2.2.1 Manfaat <i>E-Commerce</i> untuk Konsumen.....	7
2.2.2 Manfaat <i>E-Commerce</i> untuk Pemasar.....	8
2.2.3 Keterbatasan <i>E-Commerce</i> .....	9
2.3 Sikap .....	10
2.3.1 Definisi Sikap.....	10
2.3.2 Komponen Sikap.....	10

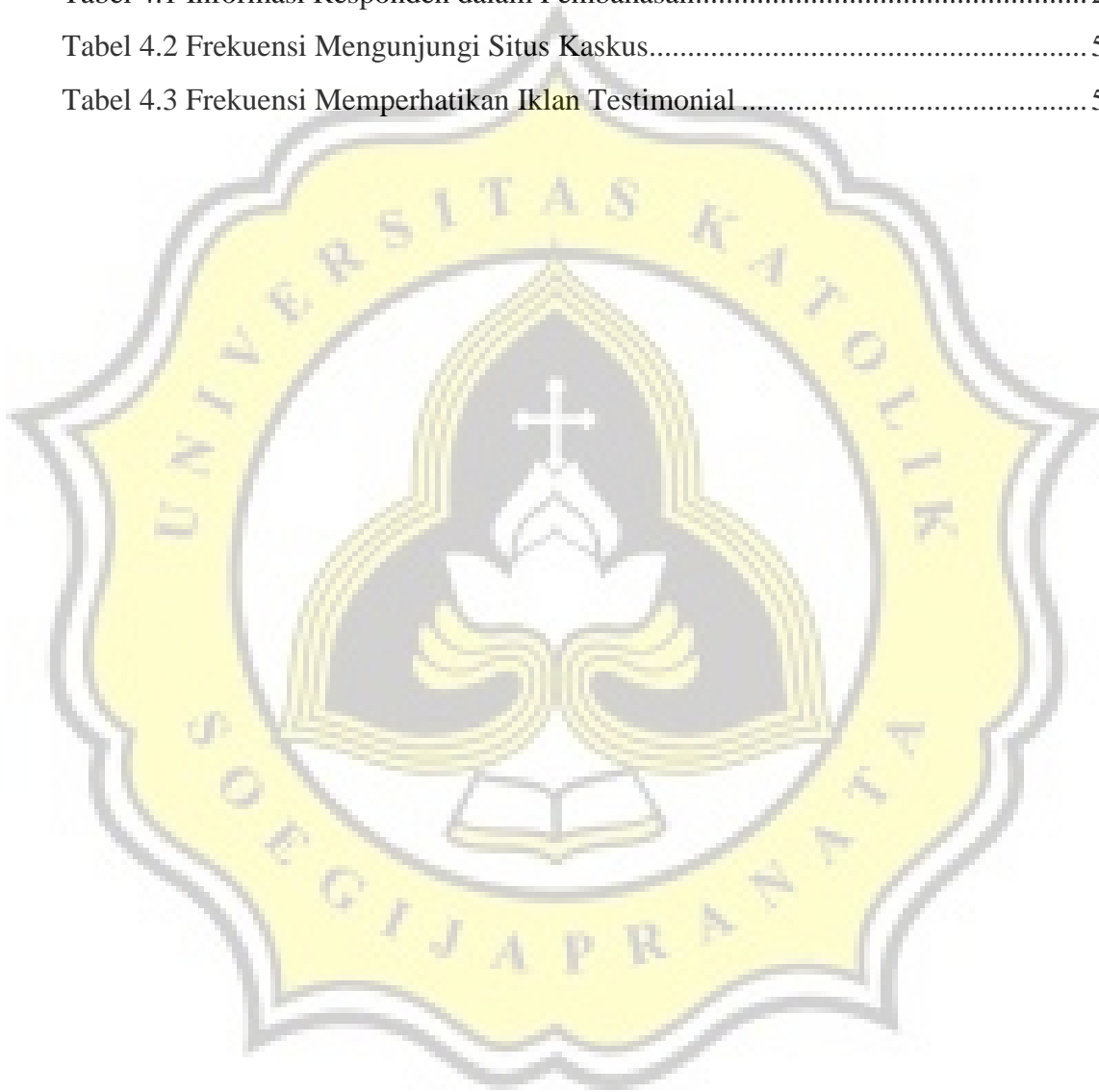
2.4 Perilaku Konsumen.....	12
2.4.1    Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
2.4.2    Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	12
2.5 Iklan dan Iklan Testimonial.....	15
2.6 Penelitian Terdahulu.....	16
2.7 Kerangka Pikir Penelitian.....	17
2.8 Definisi Operasional.....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian.....	21
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i> .....	21
3.3 Jenis Data.....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.5 Metode Analisis Data.....	23
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>25</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	25
4.2 Profil Responden.....	27
4.3 Analisis Sikap.....	28
4.3.1    Komponen Kognitif.....	29
4.3.1.1    Apa yang Dipikirkan Tentang Istilah Kaskus.....	29
4.3.1.2    Pengetahuan Tentang Situs Kaskus.....	30
4.3.1.3    Pengetahuan Tentang Iklan Testimonial Secara Umum.....	34
4.3.1.4    Pengetahuan Tentang Iklan Testimonial di Situs Kaskus.....	36
4.3.2    Komponen Afektif.....	40
4.3.2.1    Perasaan Mengenai Situs Kaskus.....	41
4.3.2.2    Perasaan Mengenai Iklan Testimonial di Situs Kaskus.....	48
4.3.3    Komponen Konatif.....	50
4.3.3.1    Frekuensi Mengunjungi Situs Kaskus.....	51
4.3.3.2    Frekuensi Memperhatikan Iklan Testimonial.....	52

4.3.3.3	Mencari Informasi Lebih Lanjut .....	53
4.3.3.4	Minat Untuk Membeli.....	54
4.3.3.5	Keputusan Pembelian .....	56
4.3.3.6	Merekomendasikan Pembelian .....	57
4.3.3.7	Memberikan Testimoni.....	58
4.3.3.8	Merekomendasikan Pembelian di Situs Kaskus.....	60
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>62</b>
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>67</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Informasi Responden dalam Pembahasan.....	27
Tabel 4.2 Frekuensi Mengunjungi Situs Kaskus.....	51
Tabel 4.3 Frekuensi Memperhatikan Iklan Testimonial.....	52



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan Testimonial pada Situs Kaskus .....	4
Gambar 2.1 Komponen Sikap .....	11
Gambar 2.2 Model Pengambilan Keputusan Konsumen .....	13
Gambar 3.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	17
Gambar 4.1 Aplikasi Jual Beli Kaskus .....	32
Gambar 4.2 Kaskus <i>Movie Night Out</i> .....	33
Gambar 4.3 Kategori pada Situs Kaskus.....	34
Gambar 4.4 Iklan Testimonial dari Kolom Komentar Lapak Penjual .....	38
Gambar 4.5 Iklan Testimonial dari <i>Screenshot Social Media</i> .....	39
Gambar 4.6 Forum Feedback and Testimonials .....	40
Gambar 4.7 Lapak Penjual <i>Fashion</i> pada Kategori Otomotif .....	43
Gambar 4.8 Letak Iklan Komersial di Situs Kaskus .....	44
Gambar 4.9 Kamus Besar Bahasa Kaskus .....	45
Gambar 4.10 Fasilitas Rekber di Situs Kaskus .....	46
Gambar 4.11 Emblem Penjual Terpercaya .....	46
Gambar 4.12 <i>Spoiler</i> dalam Lapak Penjual.....	47
Gambar 4.13 <i>Spoiler</i> pada Iklan Testimonial .....	50

## LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. <i>Interview guide</i> .....	68
LAMPIRAN 2. Profil Responden .....	70
LAMPIRAN 3. Hasil Wawancara dan Reduksi Data .....	72

