

**ANALISIS PENGGUNAAN TEKNOLOGI INTERNET (SOSIAL MEDIA)
DALAM SISTEM PEMASARAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN
KEPUASAN DAN PEMBELIAN BERULANG PADA BISNIS JERSEY
BOLA ONLINE**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun oleh:

ARI SUPRIYANTO

B 100 090 200

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2013

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGGUNAAN TEKNOLOGI INTERNET (SOSIAL MEDIA)
DALAM SISTEM PEMASARAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN
KEPUASAN DAN PEMBELIAN BERULANG PADA BISNIS JERSEY
BOLA ONLINE.**

Yang ditulis oleh:

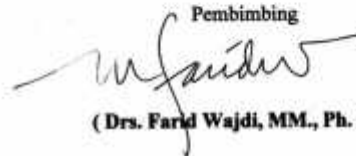
ARI SUPRIYANTO

B100 090 200

Penandatanganan berpendapat bahwa Usulan Penelitian tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Maret 2013

Pembimbing



(Drs. Farid Wajdi, MM., Ph. D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta




(Dr. Triyono, M.si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ARI SUPRIYANTO**
NIRM : **09.6.106.02016.50200**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGGUNAAN TEKNOLOGI
INTERNET (SOSIAL MEDIA) DALAM SISTEM
PEMASARAN ONLINE UNTUK
MENINGKATKAN KEPUASAN DAN PEMBELIAN
BERULANG PADA BISNIS JERSEY BOLA
ONLINE**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 15 Maret 2013

Yang membuat pernyataan,

ARI SUPRIYANTO

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum melainkan ia merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(QS. Ar Arradu: 11)

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(QS. Al Baqarah: 153)

PERSEMBAHAN

*Teriring syukur pada-Mu,
kupersembahkan karya ini
untuk:
Bapak, Ibu, dan Keluargaku.*

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Analisis Penggunaan Teknologi Internet (Sosial Media) dalam Sistem Pemasaran Online untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang pada Bisnis Jersey Bola Online”. Adapun tujuannya untuk mengetahui apakah pemasaran *online* di bisnis jersey bola *online* dengan menggunakan teknologi *internet* khususnya sosial media dapat meningkatkan kepuasan dan pembelian secara berulang.

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian *explanatory*, karena bertujuan untuk menjelaskan pengaruh hubungan-hubungan sebab dan akibat diantara variabel-variabel didalam permasalahan penelitian yang telah diidentifikasi secara jelas. Jenis data pada penelitian ini adalah data *cross-section* yaitu pengambilan data pada waktu tertentu bukan jangka panjang (*longitudinal*).

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa perubahan sosial media tidak berpengaruh terhadap perubahan kepuasan konsumen *jersey bola online* dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,226 dan nilai sig (*p-value*) 0,226. Semakin baik sistem pemasaran *online* maka kepuasan konsumen semakin meningkat yaitu dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,821 dan nilai sig (*p-value*) 0,007. Kenaikan atau penurunan pengguna sosial media tidak berpengaruh terhadap pembelian berulang konsumen *jersey bola online* yaitu dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,932 dan nilai sig (*p-value*) 0,356. semakin baik sistem pemasaran *online* maka pembelian berulang pada konsumen semakin meningkat yaitu dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,071 dan nilai sig (*p-value*) 0,043. semakin tinggi kepuasan konsumen maka pembelian berulang konsumen semakin meningkat yaitu dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,412 dan nilai sig (*p-value*) 0,001.

Dari hasil pengujian hipotesis (F test) disimpulkan bahwa sosial media dan sistem pemasaran *online* bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t_{hitung} 10,297 dan sig (*p-value*) 0,000, besarnya pengaruh 28,4%, sedangkan sisanya 71,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model. Selanjutnya sosial media, sistem pemasaran *online* dan kepuasan konsumen bersama-sama berpengaruh terhadap pembelian berulang dengan t_{hitung} 4,655 dan sig (*p-value*) 0,006, besarnya pengaruh 21,5%, sedangkan sisanya 78,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model.

Kata Kunci : *Sosial Media, Pemasaran Online, Kepuasan Konsumen, pembelian Berulang*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan rasa puji syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahNya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGGUNAAN TEKNOLOGI INTERNET (SOSIAL MEDIA) DALAM SISTEM PEMASARAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN DAN PEMBELIAN BERULANG PADA BISNIS JERSEY BOLA ONLINE”**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak dan Ibu yang telah memberikan doa serta bantuan materil dan moril kepada penulis.

2. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, M.S selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Triyono, Msi. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Drs. Farid Wajdi, MM., Ph. D selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan masukan, bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Zulfa Irrawati, SE. Msi. selaku Pembimbing Akademik yang selama ini selalu memberikan arahan kepada penulis dalam menempuh perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
8. Seluruh staff dan karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
9. Media Sosial Twitter, Facebook, Kaskus, dll. yang telah membantu dalam penyebaran kuesioner dan membantu mencari responden.
10. Google docs yang telah memberikan spacenya untuk menyimpan data-data, referensi dan pembuatan kuesioner secara online.

11. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis selanjutnya. Masukan baik kritik maupun saran yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Maret 2013

Penulis

ARI SUPRIYANTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Tentang Sosial Media.....	8

1. Pengertian Sosial Media.....	8
2. Jenis-Jenis Media Sosial.....	8
3. Macam-Macam Sosial Media.....	11
B. Tinjauan Tentang Internet	42
1. Pengertian Internet	42
2. Sejarah internet.....	42
3. Internet Pada Saat Ini	43
4. Budaya Internet	45
5. Tata Tertib Internet.....	46
6. Isu Moral dan Undang-Undang.....	46
7. Akses Internet.....	46
8. Penggunaan Internet di Tempat Umum	47
9. Tokoh-Tokoh Internet	48
C. Tinjauan Tentang Pemasaran	48
1. Pengertian Pemasaran	48
2. Bauran Pemasaran	49
3. Strategi Pemasaran	50
D. Tinjauan Tentang Pemasaran Online	52
E. Tinjauan Tentang Pembelian Berulang	54
F. Tinjauan Tentang Jersey Bola Online	55
G. Hipotesis Penelitian.....	61

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat Penelitian.....	62
---------------------------	----

B. Jenis dan Sifat Penelitian.....	63
C. Kerangka Konseptual	64
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	67
E. Perhitungan Jumlah Sampel	68
F. Analisis Data	70

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden	73
B. Uji Validitas dan Realiabilitas.....	76
C. Analisis Penelitian.....	79
1. Analisis Regresi Linier Berganda Model Pertama	80
2. Analisis Regresi Linier Berganda Model Kedua.....	88
D. Pembahasan.....	92

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	99
B. Saran	101

DAFTAR PUSTAKA	102
-----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian	67
Tabel 3.2 Perhitungan Jumlah Sampel.....	69
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	73
Tabel 4.2 Usia Responden.....	74
Tabel 4.3 Lama Berjualan	74
Tabel 4.4 Daerah Asal.....	75
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	76
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas.....	79
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas Regresi Tahap Pertama.....	85
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Regrasi Tahap Pertama.....	86
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas Regresi Tahap Kedua.....	89
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Regresi Tahap Kedua.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jersey Bola Online Twitter.....	4
Gambar 1.2 Jersey Bola Online Kaskus.....	4
Gambar 1.3 Jersey Bola Online Facebook.....	5
Gambar 2.1 Logo Twitter.....	12
Gambar 2.2 Logo Kaskus.....	21
Gambar 2.3 Logo Facebook.....	33
Gambar 2.4 Soccer Bandit	55
Gambar 2.5 Contoh Alur Pembelian Menggunakan Media Sosial	56
Gambar 2.6 Alur Pembelian Jersey Bola Online @LavanJersey.....	58
Gambar 2.7 Perbedaan Jersey Bola KW AAA dan Grade Ori	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1. Permohonan Ijin Penelitian	105
Lampiran 2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	106
Lampiran 3. Kuesioner.....	120
Lampiran 4. Screenshot Kegiatan Penyebaran Kuesioner	131

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Penggunaan Teknologi Internet (Sosial Media) dalam Sistem Pemasaran Online untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang pada Bisnis Jersey Bola Online”. Adapun tujuannya untuk mengetahui apakah pemasaran *online* di bisnis jersey bola *online* dengan menggunakan teknologi *internet* khususnya sosial media dapat meningkatkan kepuasan dan pembelian secara berulang.

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian *explanatory*, karena bertujuan bertujuan untuk menjelaskan pengaruh hubungan-hubungan sebab dan akibat diantara variabel-variabel didalam permasalahan penelitian yang telah diidentifikasi secara jelas. Jenis data pada penelitian ini adalah data *cross-section* yaitu pengambilan data pada waktu tertentu bukan jangka panjang (*longitudinal*).

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa perubahan sosial media tidak berpengaruh terhadap perubahan kepuasan konsumen *jersey bola online*. Semakin baik sistem pemasaran *online* maka kepuasan konsumen semakin meningkat. Kenaikan atau penurunan pengguna sosial media tidak berpengaruh terhadap pembelian berulang konsumen *jersey bola online*. semakin baik sistem pemasaran *online* maka pembelian berulang pada konsumen semakin meningkat. semakin tinggi kepuasan konsumen maka pembelian berulang konsumen semakin meningkat.

Dari hasil pengujian hipotesis (F test) disimpulkan bahwa sosial media dan sistem pemasaran *online* bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, selanjutnya sosial media, sistem pemasaran *online* dan kepuasan konsumen bersama-sama berpengaruh terhadap pembelian

Kata Kunci: *Sosial Media, Pemasaran Online, Kepuasan Konsumen, pembelian Berulang.*