

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1. Konsep Domain Name System

Sayang sekali banyak pelaku Internet yang belum mengerti masalah teknis dari pengelolaan nama domain ini. Setiap komputer yang terhubung ke Internet (dengan menggunakan protokol TCP/IP) memiliki “alamat” atau nomor yang disebut nomor IP. Contoh nomor IP adalah 167.205.21.82. Hubungan antar komputer dilakukan dengan menggunakan nomor IP ini. Namun manusia memiliki kelemahan untuk mengingat angka, maka akan sulit diingat jika alamat email adalah berupa nomor seperti 7825@167.205.21.82.

Untuk mempermudah pengelolaan, komputer diberi nama yang mudah diingat, sebagai contoh, nomor IP 167.205.21.82 dikenal dengan nama www.paume.itb.ac.id. Untuk mempermudah hal ini maka dibuatkan sebuah tabel yang melakukan konversi antara nama dan nomor IP ini. Di sistem UNIX (yang banyak digunakan sebagai server di Internet) tabel ini disimpan dalam berkas /etc/hosts, dan di bawah ini adalah contoh isi berkas tersebut (lihat tabel 2.1.) .

Tabel 2.1. Contoh berkas /etc/hosts

```
unix% cat /etc/hosts
167.205.21.81 router
167.205.21.82 www.paume.itb.ac.id
167.205.21.83 mail-server
167.205.21.84 asimov
```

Dalam contoh di atas, komputer dengan nama “asimov” berasosiasi dengan nomor IP 167.205.21.84. Namun perlu diingat bahwa di tempat lain besar kemungkinan ada komputer atau server dengan nama yang sama. Pada mulanya tabel ini dikelola oleh IANA (agar tidak terjadi bentrok nama) dan didistribusikan secara periodik (melalui FTP), akan tetapi dikarenakan jumlah hosts di Internet mulai bertambah dengan sangat cepat maka pengelolaan yang terpusat ini menjadi tidak cocok. Untuk itu dibuat suatu sistem yang bernama *Domain Name System* atau biasa disingkat dengan DNS (Rahardjo, 2002).

Sebuah domain pada prinsipnya akan menjadi sebuah simbol yang merupakan suatu sarana interaksi yang peranannya cukup dominan bagi kalangan pelaku bisnis. Benturan antara sesama pelaku bisnis, dalam memilih nama dan jenis domain tak pelak lagi menjadi hal biasa. Simbol atau ciri badan usaha berlomba-lomba dijadikan bagian dari domain. Cenderung terdapat suatu persepsi yang keliru, bahwa nama domain berkaitan erat dengan faktor sukses dalam implementasi e-Bisnis di Internet. Bahkan tidak dapat dipungkiri karena makin maraknya pelaku bisnis yang menganggap dengan menggunakan domain .COM (*dot com*) menjadi semacam justifikasi bahwa memang

penggunaan domain .COM lebih jauh menarik jika dibandingkan dengan menggunakan jenis domain lainnya.

Definisi yang secara fundamental digunakan dapat mengacu berdasarkan rumusan dalam *RFC 1034: Domain Names-Concepts and Facilities*, tujuan utama dari desain DNS adalah untuk *menyediakan resolusi nama yang membentuk peta diantara hostnames dan IP* (Mockapetris, 1987).

Sedangkan peranan DNS besar sekali dan sangat diperlukan oleh perangkat lunak dalam internet termasuk e-mail dan web-browser. Secara esensial DNS adalah sebuah distribusi database dengan:

- ◆ Memperkenankan lokal kontrol dalam segmennya.
- ◆ Membuat data dapat saling bertukar pada setiap segmen dari keseluruhan jaringan dengan menggunakan pola *client-server* (Albitz & Liu, 1998)

Dengan kata lain, Domain Name System (DNS) memberikan layanan translasi nomor IP ke nama secara terdistribusi. Selain layanan translasi ini ada juga layanan lain di DNS seperti informasi tentang mail server (yang disebut *MX record*), jenis komputer dan sistem operasinya, serta lokasi dari server tersebut. Sistem DNS mendelegasikan pengelolaan nama komputer dengan menggunakan mekanisme “nama domain” (Rahardjo, 2002). Konsep DNS ini terus berkembang hingga saat ini. Implementasi DNS yang paling populer adalah spesifikasi dari perangkat lunak Berkeley Internet Name Domain (BIND) yang pada awalnya dikembangkan oleh Universitas of California di Berkeley sebagai sebuah proyek yang disponsori oleh US Defense Advanced Research Projects Administration (DARPA).

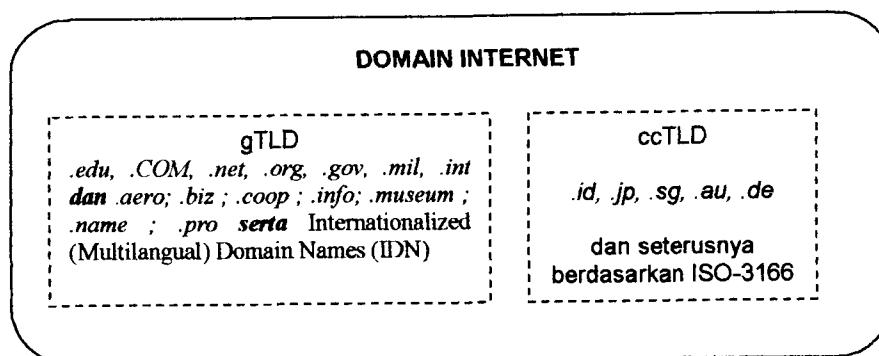
2.1.2. Konsep Generic Top Level Domain (gTLD) dan Country Code Top Level Domain (ccTLD)

Domain di Internet dapat diklasifikasikan menjadi dua kelas, yaitu gTLD (Generic Top Level Domain) dan ccTLD (Country Code Top Level Domain). Mending Jon Postel adalah seorang pelopor dalam pembentukan gTLD dalam sebuah konsep yang dituangkannya pada RFC-1591, *Domain Name System Structure and Delegation* dimana konsep tentang aspek pengelolaan sebuah TLD (Top Level Domain) diusulkan beberapa nama umum atau *generic* sehingga hingga kini lebih dikenal sebagai gTLD serta konsep dasar dalam pengelolaan TLD hingga sekarang masih digunakan sebagai tolok ukur standar.

Domain yang termasuk kedalam gTLD adalah domain yang berakhiran dengan kata *.edu*, *.COM*, *.net*, *.org*, *.gov*, *.mil*, dan *.int*. Pada mulanya pengelolaan gTLD dilakukan oleh IANA yang kemudian mendelegasikan operasionalnya kepada Network Solutions Inc. atau InterNIC. Saat ini pengelolaan gTLD dikoordinir oleh ICANN dan beberapa registrar (yang terakreditasi oleh ICANN). Daftar lengkap registrar dan informasi tentang gTLD dapat diperoleh di situs ICANN (Budi Rahardjo, 2002). Pada pertemuan 16 November 2000, ICANN telah memilih tujuh buah Generic Top Level Domain baru yaitu: *.aero*; *.biz*; *.coop*; *.info*; *.museum*; *.name*; *.pro*. Implementasi dan operasionalisasi ketujuh gTLD baru tersebut hingga saat tesis ini disusun masih dalam proses persiapan.

ccTLD adalah kumpulan domain yang berbasis nama negara yang didefinisikan di ISO-3166. Sebagai contoh Indonesia memiliki top level domain dengan akhiran ".id", sedangkan Australia dengan akhiran ".au", Jepang dengan akhiran ".jp" dan

sebagainya. Sebagai ilustrasi, susunan gTLD dan ccTLD dapat dilihat dalam gambar berikut ini:



Gambar 2.1. Bagan Ilustrasi gTLD dan ccTLD

Melalui gambar diatas, dapat dibedakan dengan jelas bagaimana posisi gTLD dan ccTLD dalam kedudukannya pada domain Internet pada umumnya. Sedangkan pada jenis domain Internationalized (Multilingual) Domain Names (IDN) ialah jenis domain yang mengacu pada karakter-karakter khusus (non romawi) seperti nama domain yang menggunakan: huruf Kanji, huruf Cina, huruf Arab dan sebagainya. Namun demikian, jenis domain ini masih dapat digolongkan pada jenis domain gTLD, karena memang IDN masih mengacu pada gTLD sebagai *second-level domain* nya.

Sebagai contoh:

网城.com, 例子.com

Pada saat tesis ini disusun, jenis domain IDN ini masih dalam fase standarisasi pada protokol maupun resolusi akhir lainnya serta belum diimplementasikan secara umum. Domain IDN ini tidak akan dibahas lebih jauh dalam tesis ini, mengingat tesis ini hanya akan menyoroti domain CO.ID secara khusus.

Domain Tingkat Dua (DTD) yang berada di bawah ccTLD-ID dibagi menjadi:

1. **DTD-AC.ID** - Untuk lembaga pendidikan yang sekurangnya memiliki program Diploma 1 tahun (D1) dan beroperasi sesuai dengan perundangan yang berlaku, termasuk didalamnya Perguruan Tinggi yang bukan di bawah naungan Ditjen Dikti Depdikbud (DIKTI), seperti IAIN, Akademi Departemen, dan lain-lain.
2. **DTD-CO.ID** - Untuk Badan Usaha yang mempunyai badan hukum sah serta memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) atau badan hukum sah yang berbentuk PT, PK, atau Firma yang memiliki akte serta izin usaha yang terkait.
3. **DTD-GO.ID** - Khusus untuk Lembaga Pemerintah Republik Indonesia
4. **DTD-MIL.ID** - Khusus untuk Lembaga Militer Republik Indonesia
5. **DTD-NET.ID** - Khusus untuk perusahaan penyelenggara yang akan memiliki pelanggan eksternal yang bukan merupakan anggota organisasi tersebut. Perusahaan harus merupakan badan hukum sah yang memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) atau badan hukum sah yang berbentuk PT, PK, atau Firma yang memiliki akte serta izin usaha yang terkait.
6. **DTD-OR.ID** - Untuk segala macam organisasi yang tidak termasuk dalam kategori DTD lainnya seperti "AC.ID", "CO.ID", "GO.ID", "MIL.ID", "NET.ID" dan lain-lain.
7. **DTD-WEB.ID** - Ditujukan bagi badan usaha, organisasi ataupun perseorangan yang melakukan kegiatannya di World Wide Web.
8. **DTD-SCH.ID** - Ditujukan bagi Institusi Pendidikan Sekolah, seperti: SD/SMP/SMU/Madrasah dan setaranya.

2.1.3. Konsep Kepuasan Konsumen

Secara hakiki, manusia pada dasarnya tidak akan merasa puas. Dalam konteks pengukuran kepuasan konsumen, tidak dapat digunakan ukuran absolut namun sebagai parameter pengukuran ini dapat digunakan beberapa pandangan yang sebagaimana disimpulkan dari literatur dan interview yang sudah divalidasi baik secara personal maupun grup, ada 3 komponen penting atas kepuasan konsumen, yaitu:

- ◆ Ringkasan respon afektif yang intensitasnya bervariasi.
- ◆ Fokus kepuasan disekitar pilihan produk, pembelian dan konsumsi.
- ◆ Penentuan waktu yang beragam tergantung situasi, namun umumnya terbatas pada durasi (Giese & Cote, 2000).

Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui (Gerson, 1993, hal 3). Sedangkan menurut Kotler, tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang karena adanya perbandingan antara kesan terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dengan harapan dari orang tersebut. Dengan demikian kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan (Kotler, 1995, hal 458). Dalam penelitian ini, yang dimaksud pelanggan adalah konsumen atau pengguna (*end-user*) jasa domain yang menggunakan domain CO.ID sebagai sarana e-Bisnis.

Yoeti (2000, hal 32) juga membahas terhadap 3 kemungkinan kepuasan yang berhubungan dengan performansi (*performance*) dan harapan (*expectation*) yaitu:

a. *Performance < Expectation*

Bila hal ini terjadi, maka pelanggan mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan jelek, karena harapan pelanggan tidak terpenuhi atau pelayanannya kurang baik, belum memuaskan pelanggan.

b. *Performance = Expectation*

Tidak istimewa, pelayanan yang diberikan biasa saja karena belum memuaskan pelanggan.

c. *Performance > Expectation*

Terjadi bila, pelayanan terhadap pelanggan baik dan memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan optimal, bila kita selalu memperhatikan apa yang menjadi harapan pelanggan dan berusaha melebihi harapan pelanggan.

Dalam penelitian ini, obyek penelitian yaitu produk domain Internet dapat dikategorikan produk fisik, namun produk ini sarat akan muatan yang berbentuk jasa.

Tidak seperti perusahaan yang menghasilkan produk fisik seperti TV misalnya, yang penanganan konsumen produk tersebut sudah memiliki kriteria baku. Domain CO.ID memiliki beberapa kriteria yang unik dalam penanganannya, antara lain dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Domain CO.ID bersifat didelegasikan kepada pengguna/konsumennya.

Pada prinsipnya domain tidak perjual belikan dan analogi yang cocok ialah seperti Hak Guna Bangunan (HGB) pada industri perumahan (real-estate).

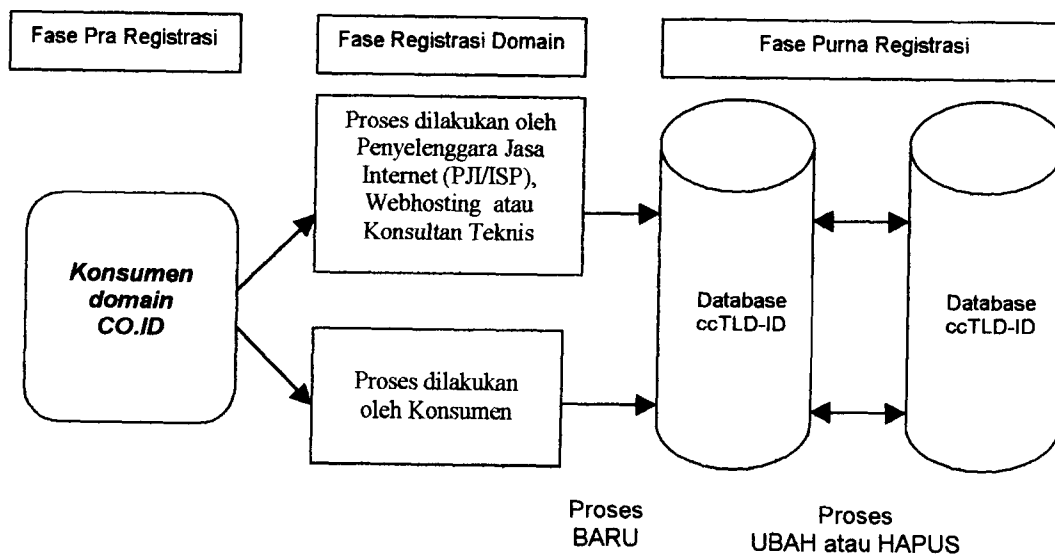
2. Layanan purna jual pada domain CO.ID berupa aktifitas perubahan database yang meliputi: ubah atau hapus data.

Domain CO.ID tidak seperti produk konvensional lainnya yang besar kemungkinan memerlukan proses servis atau perawatan berkala.

3. Sebagian besar konsumen (*end-user*) domain CO.ID memiliki keterikatan pada pihak lain, dalam hal ini ialah: Penyelenggara Jasa Internet, Webhosting atau konsultan teknis dimana mereka menempatkan domain mereka.

Dengan demikian, biasanya paket layanan dari pihak lain memberikan kontribusi yang cukup dominan bagi arah serta pengembangan e-Bisnis konsumen yang

bersangkutan. Agar lebih memperjelas deskripsi diatas, berikut ini merupakan bagan dari ilustrasi aktifitas proses domain yang dilakukan pada domain CO.ID:



Gambar 2.2. Proses Domain CO.ID

Dalam konteks domain CO.ID, peneliti berpandangan bahwa beberapa teori tentang kepuasan konsumen yang didasarkan pada produk konvensional dapat diterapkan pada penelitian ini. Mengingat format dari obyek penelitian juga dapat digolongkan sebagai produk konvensional.

Dalam penelitian ini, fokus pengamatan dalam segi kepuasan konsumen secara umum adalah bertitik tolak dari pendapat, reaksi serta pengalaman konsumen pengguna domain CO.ID. Dalam hal ini peneliti memiliki asumsi bahwa parameter kepuasan konsumen dapat diukur dan diuji melalui perbandingan tingkat kepuasan antara kedua jenis domain yang berbeda. Dengan demikian dapat ditemukan suatu pola yang dapat memberikan gambaran dalam bentuk tataran makro dari sisi tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan domain CO.ID maupun dari sisi penggunaan domain .COM (atau jenis domain gTLD lainnya).

Adapun beberapa parameter utama yang menjadi obyek penelitian pada segi kepuasan konsumen domain CO.ID ialah:

- Pada periode Pra Registrasi Domain:
 - Informasi, biaya, kemudahan pelayanan maupun persepsi secara umum lainnya dari para pengguna domain.
- Pada periode Pasca Registrasi Domain:
 - Informasi, kemudahan pelayanan maupun persepsi secara umum lainnya dari para pengguna domain.

2.1.4. Konsep Keamanan Domain

Fungsi keamanan bagi konsumen pengguna domain merupakan salah satu sisi penting untuk dikaji. Faktor keamanan merupakan hal yang mutlak dilindungi oleh pengelola domain, dimana esensi atau konten dalam domain meliputi berbagai kepentingan konsumen dalam melaksanakan fungsi e-Bisnis pada perusahaan mereka.

Berdasarkan atas kompilasi mengenai konsep keamanan Internet oleh Parmar dan Duncan yang kemudian ditranslasikan dalam format html oleh Manson (2000), secara umum telah mendefinisikan beberapa kategori ancaman (*threats*) yang dapat diimplementasikan pada pengelolaan domain CO.ID ialah berbagai ancaman, sebagai berikut:

- ◆ Kesalahan atau penghilangan (data).
- ◆ Penipuan dan pencurian (data).
- ◆ (Rasa) ketidakpuasan karyawan.
- ◆ Fisik dan infrastruktur.
- ◆ Kejahatan hacker.
- ◆ Spionase industri.
- ◆ Kejahatan kode.
- ◆ Kejahatan perangkat lunak.
- ◆ Spionase negara asing.

Atas beberapa ancaman tersebut diatas, maka faktor keamanan dalam pengelolaan domain CO.ID memerlukan sinergi maupun koordinasi dengan berbagai pihak lainnya. Berdasarkan atas observasi peneliti, jenis ancaman butir kedua yaitu *penipuan dan pencurian (data)* merupakan jenis ancaman yang paling menonjol, jika

dibandingkan jenis ancaman lainnya. Walaupun tidak tertutup kemungkinan jenis ancaman lainnya juga turut berpotensi mengganggu pengelolaan domain CO.ID. Upaya antisipasi terhadap ancaman tersebut ialah dengan tegas telah dilakukan melalui cara:

- a. Penolakan terhadap permohonan domain yang tidak memenuhi kriteria.
- b. Validasi data pendaftar, baik untuk proses: baru, ubah atau hapus.

Sejauh ini, pengelolaan domain CO.ID dilakukan dengan menganut asas kehati-hatian serta selalu melakukan proses evaluasi dari beberapa kesalahan yang terjadi dalam pengelolaan domain .COM.

Prinsip liberalisme dalam pengelolaan .COM tidak mungkin ditiru mentah-mentah dalam pengelolaan domain CO.ID karena memiliki potensi resiko sangat signifikan, diantaranya ialah: penggunaan kata sebagai nama domain diluar kaidah atau norma yang sesuai dengan budaya Indonesia.

Kebebasan yang dianut oleh pengelolaan domain .COM lainnya juga turut memicu terjadinya pembajakan merek dagang. Selain faktor tersebut, secara esensial terdapat perbedaan yang sangat signifikan pada segi alokasi kedua domain tersebut.

Perbedaan esensial pada domain .COM memang dialokasikan pada segmen "*commercial*" sedangkan domain .CO.ID memiliki segmentasi yang berbeda, yaitu: *untuk Badan Usaha yang mempunyai badan hukum sah serta memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) atau badan hukum sah yang berbentuk PT, PK, atau Firma yang memiliki akte serta izin usaha yang terkait.*

Dalam aktifitas pengelolaan domain CO.ID, kerap kali ditemukan adanya pembiasaan pemahaman pada para calon pengguna domain CO.ID. Biasanya mereka cenderung memiliki anggapan bahwa domain CO.ID itu identik dengan .COM.

Kondisi ini merupakan implikasi atas begitu populernya serta begitu mudahnya pendelegasian domain .COM sehingga pembiasaan pemahaman tersebut dapat menjadi suatu obyek penelitian yang cukup menarik bagi peneliti. Ketika tesis ini disusun, sudah terbukti terjadi banyak kasus penyalahgunaan domain .COM pada pengguna di Indonesia yang cukup merugikan bagi beberapa pihak.

Mengingat domain .COM memiliki pola yang sangat rapuh dari sisi keamanannya. Apapun motivasi dibalik penyalahgunaan tersebut, hal itu membuktikan bahwa domain .COM memiliki potensi kelemahan besar pada faktor keamanannya.

Dalam domain .COM (atau gTLD lainnya) dikenal Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy (lebih dikenal sebagai UDRP), dimana jika terjadi perselisihan dalam domain ini maka perselisihan tersebut diajukan pada beberapa Lembaga Arbitrase, seperti:

- Asian Domain Name Dispute Resolution Centre [ADNDRC]
- CPR Institute for Dispute Resolution [CPR]
- eResolution [eRes]
- The National Arbitration Forum [NAF]
- World Intellectual Property Organization [WIPO]

Fungsi lembaga tersebut adalah sebagai mediator atas sengketa yang terjadi dalam domain .COM (atau gTLD lainnya), dimana lembaga tersebut memiliki tambahan (suplemen) peraturan yang disesuaikan masing-masing kedaulatan hukum.

Sedangkan jika ditinjau dari jumlah perselisihan atau sengketa atas domain .COM (atau jenis gTLD lainnya), berikut ini adalah data statistik sejumlah status persengketaan yang telah diproses lebih lanjut.

Tabel 2.2. Data Statistik Sengketa Domain .COM (atau gTLD lainnya)

Statistical Summary of Proceedings Under
Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy
Summary of Status of Proceedings

Proceedings	Domain Names	Proceeding Status
445	663	Pending
24	34	Case suspended at complainant's request
20	22	Case suspended, other
489	719	Total undisposed proceedings
5053	8700	Name transfer
43	56	Registration cancelled
1293	1593	Decision for respondent
41	587	Split decision
6430	10936	Dispositions by decision
8	15	Settlement with transfer
20	20	Settlement, unspecific result
4	7	Dismissal with prejudice
587	873	Dismissal without prejudice
159	187	Dismissal, unspecified
778	1102	Dispositions without decision
14	16	Proceedings terminated for recommencement

Sumber: ICANN Corp., [Online] Available: <http://www.icann.org/udrp/proceedings-stat.htm> [10 Jan 2003]

Dalam penelitian ini, fokus pengamatan dalam segi keamanan konsumen secara umum adalah bertitik tolak dari pendapat, reaksi serta pengalaman konsumen pengguna domain CO.ID. Dalam hal ini peneliti memiliki asumsi bahwa parameter keamanan konsumen dapat diukur dan diuji melalui perbandingan tingkat keamanan antara kedua jenis domain yang berbeda.

Dengan demikian dapat ditemukan suatu pola yang dapat memberikan gambaran dalam bentuk tataran makro dari sisi tingkat keamanan konsumen dalam menggunakan domain CO.ID maupun dari sisi penggunaan domain .COM (atau jenis domain gTLD lainnya).

Beberapa parameter utama yang menjadi obyek penelitian pada keamanan konsumen domain CO.ID ialah:

- Pada periode Pra Registrasi Domain:
 - Informasi, kemudahan pelayanan maupun persepsi secara umum lainnya dari para pengguna domain.
- Pada periode Pasca Registrasi Domain:
 - Informasi, kemudahan pelayanan maupun persepsi secara umum lainnya dari para pengguna domain.

Ketika tesis ini disusun, dalam catatan pada pengelolaan domain CO.ID, jumlah domain yang mengalami sengketa hingga dibawa ke pengadilan adalah: **0 (nol)** kasus.

Sehingga secara tidak langsung dapat disinyalir bahwa aspek keamanan dalam domain CO.ID sudah cukup baik. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa peningkatan faktor keamanan ini harus terus-menerus diperbaharui sesuai dengan tuntutan dinamika kondisi yang ada, baik pada masa kini maupun pada masa depan.

2.1.5. Hubungan antara pelayanan/dukungan, kualitas dan kepuasan konsumen

Semakin tinggi tingkat kesesuaian antara yang dirasakan dengan yang diharapkan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Sebaliknya makin rendah tingkat kesesuaian antara yang dirasakan dengan yang diharapkan, maka makin rendah tingkat kepuasan pelanggan.

Menurut Zeithaml, terdapat 10 aspek kualitas layanan secara umum (Zeithaml, 1990, hal 178) yaitu :

1. *Tangible*: penampilan fisik peralatan, personalia dan materi komunikasi.
2. *Reliability*: kemampuan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan secara bertanggung jawab dan akurat.
3. *Responsiveness*: keinginan untuk membantu pengguna dan menyediakan layanan yang cepat.
4. *Competency*: penguasaan kemampuan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan.
5. *Courtesy*: sopan santun, respek dan bersahabat dari personalia penghubung
6. *Credibility*: dapat dipercaya dan pemurah dari penyedia layanan
7. *Security*: bebas dari bahaya resiko dan keraguan
8. *Access*: kemudahan dihubungi dan dedikasi
9. *Communication*: menjaga pengguna selalu diinformasikan dalam bahasa yang mudah dimengerti, dan selalu mau mendengarkan keluhan pengguna
10. *Understanding the customer*: selalu berusaha untuk mengerti pengguna dan kebutuhannya.

Kesepuluh aspek ini dapat memberikan gambaran kualitas yang dapat memuaskan pelanggan atau pengguna. Zeithaml mengidentifikasi penyebab kegagalan dalam kualitas layanan dalam 5 kesenjangan antara persepsi pelanggan dengan penyedia (Zeithaml, 1990, hal 180), yaitu bentuk kesenjangan dalam hal:

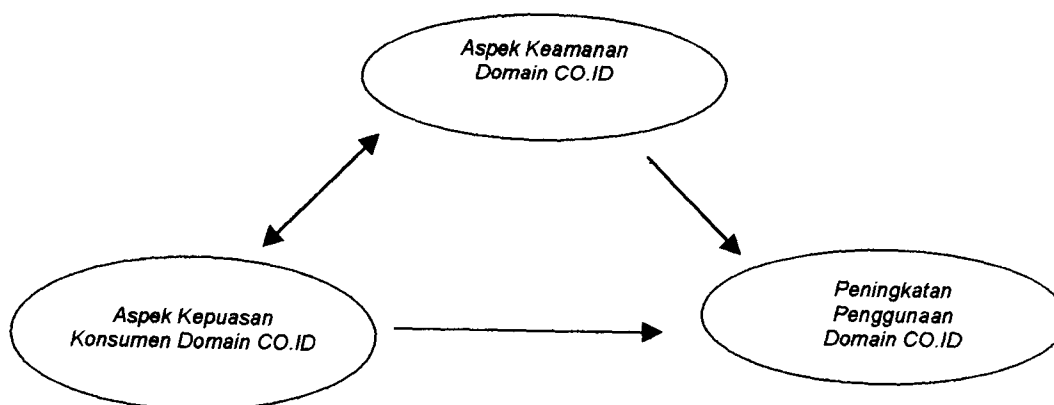
- ◆ Antara layanan yang diharapkan dan persepsi manajemen pada ekspektasi pengguna.
- ◆ Antara kualitas layanan.
- ◆ Antara hasil penyerahan layanan dengan spesifikasi kualitas layanan.
- ◆ Antara hasil penyerahan layanan dengan nilai komunikasi eksternal pengguna.
- ◆ Antara layanan yang dirasakan dengan yang diharapkan.

Beberapa aspek hubungan ini akan memperkaya indikator penelitian serta dapat memberikan input yang positif bagi pengelolaan domain CO.ID. Mengingat bahwa produk domain CO.ID memiliki ciri yang unik jika dibandingkan dengan produk konvensional lainnya, maka penerapan aspek kualitas layanan secara umum maupun aspek kegagalannya belum tentu sepadan dan dapat digunakan semuanya.

2.2 Kerangka Berpikir

Pola dasar dari pertumbuhan domain CO.ID yang tercipta dari adanya kepuasan dari para konsumennya, secara tidak langsung akan memiliki *multiplier effects* bagi segenap industri yang tumbuh dan berkembang paralel. Jika ditelusuri lebih lanjut, maka efek lanjutan dari pertumbuhan domain akan memberikan pengaruh yang sangat baik bagi pemulihan sektor ekonomi Indonesia secara umum. Pertumbuhannya domain CO.ID dapat menjadi barometer serta katalisator bagi pertumbuhan makro ekonomi

Indonesia. Dimana domain CO.ID adalah suatu representasi dari entitas e-Bisnis yang sangat berpotensi menjadi sumber devisa. Pola keterkaitan variabel penelitian digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2.3. Pola Pertumbuhan Domain CO.ID

2.3. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ialah:

- Terdapat **hubungan** antara tingkat **kepuasan** konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID
- Terdapat **hubungan** antara tingkat **keamanan** konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID
- Terdapat **hubungan** antara tingkat **kepuasan** konsumen domain CO.ID dengan faktor **keamanan** konsumen domain CO.ID
- Keamanan konsumen domain .COM < Keamanan konsumen domain CO.ID
- Kepuasan konsumen domain .COM < Keamanan konsumen domain CO.ID

Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara obyektif dan rasional mengenai korelasi maupun hubungan antar variabel penelitian, serta untuk mencari penilaian dari sisi perspektif pengguna domain CO.ID. Demikian juga faktor kepuasan maupun keamanan domain CO.ID dan jika dibandingkan dengan domain .COM secara umum.