

**PENGARUH ELEKTRONIC WORD OF
MOUTH (E-WOM) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

SKRIPSI

*Untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi*



DISUSUN OLEH

ILHAM YUDA APRILIANO
Nomor Pokok : K.2017.1.34467
Jurusan : Manajemen Keuangan

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUCEWARA
MALANG
2023**

**PENGARUH ELEKTRONIC WORD OF
MOUTH (E-WOM) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

SKRIPSI

*Untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi*



DISUSUN OLEH

**ILHAM YUDA APRILIANO
K.2017.1.34467**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUCECWARA
MALANG
2023**

SKRIPSI

PENGARUH ELETRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh :

ILHAM YUDA APRILIANO

K.2017.1.34467

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

18 Agustus 2023 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing


Dra. TUTIK ARNIATI, Ak., M.M., CA, CPA

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuççwara


Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Jakarta, 17 Agustus 2023

Mahasiswa

A handwritten signature in black ink is written over a portion of a yellow 10,000 Indonesian Rupiah banknote. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'METERAI PAKET'. The serial number '1EBB4AKX3M228777' is visible at the bottom of the note.

ILHAM YUDA APRILIANO

NPK: K.2017.1.34467

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua STIE Malangkuçeçwara Bapak Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti program pembelajaran di STIE Malangkuçeçwara Malang.
2. Ketua Program Studi Ibu Dra. Lindananti, M.M. yang telah memberikan bimbingan selama mengikuti proses perkuliahan
3. Dosen Pembimbing Ibu Dra. Tutik Arniati, Ak., M.M., CA., CPA yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi.

Rekan-rekan penulis dan semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan untuk ikut berperan serta dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini. Sujud dan terima kasih yang dalam penulis sampaikan kepada ayah bunda tercinta, atas dorongan yang kuat serta kebijaksanaan dan doa yang tiada putus putusnya dipanjatkan kehadiran Allah SWT sehingga penulis bisa menyelesaikan studi. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada Ibu Dra. Tutik Arniati, Ak., M.M., CA., CPA yang telah banyak membantudalam proses penulisan skripsi

Jakarta, 17 Agustus 2023

Penulis,

ILHAM YUDA APRILIANO

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur Ke hadirat Allah SWT , atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul: PENGARUH ELEKTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.

Di dalam tulisan ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi: *eletronic word of mouth*, kepercayaan konsumen, keputusan pembelian. Dengan analisis regresi ingin diketahui pengaruh *eletronic word of mouth* terhadap kepercayaan konsumen, untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui pengaruh *eletronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangtepatan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh eletronic word of mouth terhadap kepercayaan konsumen, untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumenterhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui pengaruh eletronic word of mouth terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di lingkungan STIE Malangkuçeçwara Malang yang pernah melakukan pembelian online di Shopee. Jumlah sampel sebesar 42 orang dengan teknik sampling *Incidental Sampling* (Sampling Insidental).

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Eletronic word of mouth berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen, Kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Eletronic word of mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Elektronik Word Of Mouth (E-Wom) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui variabel kepercayaan konsumen. Kontribusi peneliti dalam penelitian ini adalah memberikan informasi kepada pelanggan Shopee, jika akan melakukan pembelian sebaiknya memperhatikan mengenai ulasan produk dari para konsumen. Ulasan ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk.

Kata Kunci: eletronic word of mouth, kepercayaan konsumen, keputusan pembelian

ABSTRAC

This study aims to determine the effect of electronic word of mouth on consumer trust, to determine the effect of consumer trust on purchasing decisions, to determine the effect of electronic word of mouth on purchasing decisions. This research uses explanatory research.

The population in this study were students at STIE Malangkuçęwara Malang who had made online purchases at Shopee. The number of samples is 42 people with Incidental Sampling technique (Incidental Sampling).

From the results of the analysis it can be concluded that electronic word of mouth has a significant effect on consumer trust, consumer trust has a significant effect on purchasing decisions, electronic word of mouth has a significant effect on purchasing decisions, electronic word of mouth (E-Wom) has an effect on purchasing decisions through the variable trust consumer. The contribution of researchers in this study is to provide information to Shopee customers, if you are going to make a purchase you should pay attention to product reviews from consumers. This review can be used as a consideration in making a decision to buy a product.

Keywords: *electronic word of mouth, consumer trust, purchase decision*

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I: PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang Masalah	1
.....	4
2. Perumusan Permasalahan	4
.....	4
3. Tujuan Penelitian	
.....	
4. Manfaat Penelitian	5
.....	5
	8
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	9
1. Tinjauan Teori	9
.....	10
a. <i>Digital</i>	14
.....	14
b. <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	
c. Kepercayaan	
.....	17
d. Keputusan	17
.....	18
2. Tinjauan Penelitian Terdahulu	18
3. Model Konsep Penelitian	20
4. Pengembangan Hipotesis	21
	22
BAB III: MOTODE PENELITIAN	24
1. Jenis	Penelitian
.....	
2. Populasi	28
.....	30
3. Obyek	34
.....	40
4. Variabel, Operasionalisasi dan Pengukuran	40
5. Metode Pengumpulan Data	41
	44

6. Metode	Analisis	44
.....		52
a. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)		55
b. Pengujian	Hipotesis	
.....		55
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN		55
1. Gambaran Umum STIE Malangkececwara Malang		55
2. Gambaran Umum Shopee		
3. Deskripsi	Responden	57
.....		
4. Deskripsi Variabel Penelitian		
5. Pengujian Model dan Pengujian Hipotesis		
a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas		
b. Hasil Uji Asumsi Klasik		
c. Analisis	Jalur	(<i>Path</i>)
.....		
6. Pembahasan		
.....		
BAB V : PENUTUP		
1. Simpulan		
.....		
2. Kontribusi	Penelitian	
.....		
3. Keterbatasan	Penelitian	
.....		
4. Saran		
.....		
DAFTAR PUSTAKA		
.....		

6. Deskripsi dalam Variabel <i>Elektronic Word Of Mouth (E-Wom)</i> (X)	41
7. Deskripsi dalam Variabel Kepercayaan Konsumen (Z)	43
8. Deskripsi dalam Variabel Kepercayaan Pembelian (Y)	45
9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	47
10. Nilai VIF untuk Uji Multikolonieritas	50
11. Rekapitulasi Hasil Sub struktur 1: X terhadap Z	
12. Rekapitulasi Hasil Sub struktur 2: X dan Z terhadap Y	
13. Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung (<i>direct effect</i>), Pengaruh Tidak Langsung dan Total Pengaruh (<i>Total Effect</i>) <i>Elektronic Word Of Mouth (E-Wom)</i> (X), Kepercayaan Konsumen (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Halaman

1. Model Konsep Penelitian	14
.....	
2. Model Hipotesis 1	15
.....	
3. Model Hipotesis 2	16
.....	
4. Model Hipotesis 3	22
.....	
5. Model Analisis Jalur	33
.....	
6. Ulasan Shopee	42
EWOM	44
7. Ulasan Shopee tentang	46
Kepercayaan	48
8. Hasil Uji Asumsi: Normalitas	
.....	
9. Hasil uji Asumsi: Heterokedastisitas	
.....	
10. Hasil Diagram Jalur Sub-Struktur 1: X terhadap Z	
.....	
11. Hasil Diagram Jalur X_1 dan Z terhadap Y	
.....	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisisioner	55 59
2. Deskripsi Variabel	63
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	64
4. Hasil Analisis Regresi Variabel X terhadap Variabel Z.....	