

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, CITRA
MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI E-COMMERS TOKOPEDIA**

(Studi Kasus Masyarakat Pengguna Tokopedia di
Kecamatan Karangpilang, Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen**



OLEH:

SHIFA RIFDHA SALSABILLA

19420034

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2023

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Shifa Rifdha Salsabilla
Npm : 19420034
Alamat : Griya Kebraon Utara IV AD-07 RT.06 RW.09
Kec. Karangpilang, Kelurahan Kebraon Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commers Tokopedia**" bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 13 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Shifa Rifdha Salsabilla

Npm: 19420034

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, CITRA
MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI E-COMMERS TOKOPEDIA**

(Studi Kasus Masyarakat Pengguna Tokopedia di Kecamatan Karangpilang,
Surabaya)

Diajukan oleh:

SHIFA RIFDHA SALSABILLA

NPM: 19420034

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dwi Indah Mustikoroni, SE, MM, CRA.CMA

Tanggal, 13 - 01 - 2023

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE., M.si

Tanggal, 13 - 01 - 2023

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, CITRA
MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI E-COMMERS TOKOPEDIA**
(Studi Kasus Masyarakat Pengguna Tokopedia di Kecamatan Karangpilang,

Surabaya)

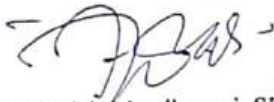
Dipersiapkan dan disusun oleh:

SHIFA RIFDHA SALSABILLA

NPM: 19420034

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing



Dwi Indah Mustikoroni, SE, MM, CRA.CMA

Anggota Tim Penguji



Drs. Ec. Redy Eko Hari Suprpto, MM

Anggota Tim Penguji



Wiwik Herawati, SE.MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh

gelar sarjana manajemen tanggal, 26-01-2023



Dr. Kristiningsih, S.E, M.si

KETUA PROGRAM STUDI

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti “**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERS TOKOPEDIA** (Studi Kasus Masyarakat Pengguna Tokopedia di Kecamatan Karangpilang, Surabaya)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada E-Commers Tokopedia. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Electronic Word Of Mouth* (X1), Citra Merek (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3), sedangkan variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

Dalam penelitian ini, menggunakan metode kuantitatif dimana penelitian ini menekankan pada pengujian hipotesis, data yang digunakan harus terukur. Sumber data yang digunakan adalah primer dan sekunder. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling*, dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 110 responden dengan kriteria responden yaitu pengguna aplikasi Tokopedia di wilayah kecamatan karangpilang surabaya minimal 3 bulan terakhir dan pernah melakukan pembelian di Tokopedia. Uji hipotesis yang dilakukan menggunakan analisa regresi linear berganda. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah bahwa *Electronic Word Of Mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya semakin banyak review tentang Tokopedia melalui media sosial semakin meningkat juga keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Citra Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya semakin baik citra merek, maka akan baik pula seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Sedangkan kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth*, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

This study examines “EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), BRAND IMAGE AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISIONS IN TOKOPEDIA E-COMMERS (Case Study of Tokopedia User Communities in Karangpilang District, Surabaya)”. The purpose of this study was to determine the effect of Electronic Word Of Mouth, Brand Image and Service Quality on purchasing decisions at Tokopedia E-Commers. The independent variables in this study are Electronic Word Of Mouth (X1), Brand Image (X2), and Service Quality (X3), while the dependent variable is Purchase Decision (Y).

In this study, using quantitative methods where this research emphasizes testing hypotheses, the data used must be measurable. The data sources used are primary and secondary. The determination of the number of samples was carried out using a non-probability sampling method, with a purposive sampling procedure. 110 respondents were taken as a sample with the respondent criteria being Tokopedia application users in the Karangpilang Surabaya sub-district for at least the last 3 months and have made purchases at Tokopedia. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis. Based on the conclusions obtained in this study, Electronic Word Of Mouth has a significant influence on purchasing decisions, which means that the more reviews about Tokopedia through social media, the more consumers' desire to make purchasing decisions. Brand image has a significant influence on purchasing decisions, which means that the better the brand image, the better someone will be in making purchasing decisions. While service quality also has a significant effect on purchasing decisions, which means service quality reflects a comparison between the level of service delivered by the company compared to customer expectations.

Keywords: Electronic Word Of Mouth, Brand Image, and Quality of Service

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat-Nya, taufik, dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “***Electronic Word Of Mouth, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commers Tokopedia*** (Studi Kasus Masyarakat Pengguna Tokopedia di Kecamatan Karangpilang, Surabaya)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis telah menyadari bahwa skripsi ini mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT, yang selalu mempermudah dan melancarkan penulis dalam segala hal khususnya dalam pengerjaan skripsi ini.
2. Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL selalu rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM, M.AK, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

5. Ibu Dwi Indah Mustikoroni, S.E, MM, selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Matheous Tamonsang, SE, M.Si, selaku dosen wali yang telah membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Seluruh Staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Kedua Orang Tua, yang selalu mendukung dan support selalu dalam penulisan skripsi ini.
9. Grup SEPI yang terdiri dari Riki, Fahmi, Bagas, Krisna, Angga, Careen, Ai, Regita yang selalu mendukung dan support.
10. Grup Kita Cantik yang terdiri dari Veni, Lalak, Zalfa, Ayu, Windari selaku teman saya yang dari SMK selalu dukung dan support atas segala hal.
11. Yola maresa selaku teman saya dari kecil yang selalu dukung dan support selalu.
12. Seluruh responden yang sudah meluangkan waktu untuk membantu mengisi kuisisioner.
13. Dan untuk seluruh teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih atas support kalian.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pemasaran.....	6
2.1.2 Manajemen Pemasaran	7
2.1.3 <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	8
2.1.4 Citra Merek.....	10
2.1.5 Kualitas Pelayanan	11
2.1.6 Keputusan Pembelian	14
2.1.7 Hubungan <i>Electronic Word Of Mouth (X1)</i> dengan keputusan Pembelian (Y)	16
2.1.8 Hubungan Citra Merek (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y)	17
2.1.9 Hubungan Kualitas Pelayann (X3) dengan Keputusan Pembelian (Y)	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	19
2.3.1 Hipotesis	19
2.3.2 Model Analisis.....	19

BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Pendekatan Penelitian.....	21
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	21
3.2.1 Populasi	21
3.2.2 Sampel	21
3.3 Identifikasi Variabel	23
3.4 Definisi Operasional.....	23
3.5 Jenis dan Sumber Data	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data	27
3.7 Teknik Analisis Data	27
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	28
3.7.2 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	28
3.7.3 Uji Hipotesis.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Tokopedia	31
4.2 Hasil Penelitian.....	32
4.2.1 Karakteristik Responden	32
4.2.2 Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian	34
4.3 Analisis Model atau Pengujian Hipotesis.....	42
4.3.1 Uji Validitas.....	42
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	46
4.3.3 Uji Regresi dan Kolerasi Berganda	48
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi.....	52
4.4 Pembahasan	53
4.4.1 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	53
4.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	53
4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1 Simpulan.....	55
5.2 Saran	56

5.3 Keterbatasan	56
DAFTAR PUSTAKA	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jumlah Sampel	25
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	32
Tabel 4. 2 Jawaban Responden Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1).....	35
Tabel 4. 3 Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X2)	41
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	43
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	44
Tabel 4. 6 Uji Validitas <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1)	46
Tabel 4. 7 Uji Validitas Citra Merek (X2)	47
Tabel 4. 8 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3).....	48
Tabel 4. 9 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4. 10 Reliabilitas <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1).....	50
Tabel 4. 11 Reliabilitas Citra Merek (X2)	50
Tabel 4. 12 Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X3)	51
Tabel 4. 13 Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	51
Tabel 4. 14 Tabel Uji F	54
Tabel 4. 15 Tabel Uji t	54
Tabel 4. 16 Tabel Uji Determinasi.....	56