

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Pada Konsumen *E-commerce* Blibli.com di Surabaya)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat**

**Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

**DICKY LAKSMAYANA DWI PUTRA**

NPM : 16420106

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : **Dicky Laksmayana Dwi Putra**  
**NPM** : **16420106**  
**Alamat** : **Putat Jaya Langgar No.05 Surabaya**  
**Program Studi** : **Manajemen**  
**Fakultas** : **Ekonomi dan Bisnis**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen *E-commerce* Blibli.com di Surabaya)** adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 6 Februari 2020

Yang membuat pernyataan



( Dicky laksmayana Dwi Putra )

NPM : 16420106

**SKRIPSI**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Pada Konsumen *E-commerce* Blibli.com di Surabaya)**

**Diajukan Oleh:**

**DICKY LAKSMAYANA DWI PUTRA**

**NPM : 16420106**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**



**Drs. Ec. REDY EKO HS., MM**

**Tanggal, 13-1-2020**

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si**

**Tanggal, 13-1-2020**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Pada Konsumen *E-commerce* Blibli.com di Surabaya)**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**DICKY LAKSMAYANA DWI PUTRA**

**NPM : 16420106**

Susunan Dewan penguji

Pembimbing Utama



Drs. Ec. REDY EKO HS., MM

Ketua Dewan Penguji



GIYANA, SE., MM

Anggota Dewan Penguji Lain



LESTARI, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal, 6 Februari 2020



Dr. SITI DJAMILAH., SE., M.Si.

Ketua Program Studi

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada saya sehingga penulisan skripsi dengan judul *“Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Study Pada Konsumen E-commerce Blibli.com di Surabaya)”*. Dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih yang mendalam penulis persembahkan untuk:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmaji, Dr. Sp. THT-KL (K), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto G., MM,M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas wijaya Kusuma Surabaya.

3. Ibu Siti Djamilah, SE., M.,Si., selaku Ketua Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Maqbulla Arochman, SE., M.Ak., selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Bapak Drs. Ec. Redy Eko HS., MM., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, bantuan, arahan, dan saran dalam proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Seliuruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Teristimewa Ibu, Ayah dan Kakak saya yang selalu mendoakan dan selalu memberikan doa dan dukungannya kepada saya. Terima kasih atas cinta, kasih, doa, dan nasihatnya yang tak pernah berhenti.
9. Untuk seluruh teman-teman seperjuangan Manajemen-C Angkatan 2016, terimakasih atas bantuan doa, semangat, serta kebahagiaan dan juga keceriaan selama masa perkuliahan.
10. Kepada teman-teman Manajemen-C angkatan 2016 yang terkhusus Dio, Ninda, Bella, Nisa, dan Nyaa. Terima kasih sudah menjadi teman seperjuangan saya

yang baik dan selalu menghibur dimanapun berada dan semangat selalu untuk kita semua.

11. Kepada teman-teman Manajemen-A angkatan 2016 yang terkhusus. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk membantu saya.
12. Kepada Saudari Ayu Nadia, Saudara Ari Kusuma dan Aufa yang telah membimbing dan selalu memberi semangat kepada saya, Terima kasih.
13. Sahabat saya sejak SD hingga saat ini, Rizma yang selalu menemani mulai awal MOM hingga detik ini, terima kasih dukungannya.
14. Sahabat saya sejak SMA, Adam Fediansyah Aquari dan Zandy Permata yang sudah menemani saya selalu, terima kasih.

Surabaya, 19 September 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                  | <b>i</b>    |
| <b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....</b>  | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>            | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>     | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                 | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                     | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                   | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                  | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                | <b>xiv</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                       | <b>xv</b>   |
| <b>ABSTRAKSI .....</b>                      | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                    |             |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....            | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                   | 7           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                 | 7           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                | 8           |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....             | 9           |
| <b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>                |             |
| 2.1 Landasan Teori .....                    | 11          |
| 2.1.1 Pemasaran .....                       | 11          |
| 2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> ..... | 12          |



|  |    |
|--|----|
| 2.1.3 Harga .....  | 16 |
| 2.1.4 Kualitas Pelayanan .....   | 18 |
| 2.1.5 Keputusan Pembelian .....  | 23 |
| 2.2 Hubungan Antar Variabel .....                                      | 26 |
| 2.2.1 <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian ..... | 26 |
| 2.2.2 Harga dengan Keputusan Pembelian .....                           | 27 |
| 2.2.3 Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian .....              | 28 |
| 2.3 Penelitian Terdahulu .....   | 28 |
| 2.4 Hipotesis dan Kerangka Penelitian .....                            | 31 |
| 2.4.1 Hipotesis .....  | 31 |
| 2.4.2 Kerangka Penelitian .....  | 32 |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Pendekatan penelitian .....         | 33 |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....           | 34 |
| 3.2.1 Populasi .....                    | 34 |
| 3.2.2 Sampel .....                      | 35 |
| 3.3 Identifikasi Variabel .....         | 36 |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel ..... | 37 |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data .....         | 39 |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data .....       | 41 |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....          | 42 |
| 3.8 Metode Analisis Data .....          | 43 |
| 3.8.1 Uji Instrumen .....               | 43 |
| 3.8.1.1 Uji Validitas .....             | 43 |
| 3.8.1.2 Uji Reliabilitas .....          | 44 |
| 3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....           | 44 |
| 3.8.2.1 Uji Normalitas .....            | 45 |
| 3.8.2.2 Uji Multikolinearitas .....     | 45 |

|   |    |
|---|----|
| 3.8.2.3 Uji Heterokedastisitas .....                                  | 46 |
| 3.8.3 Uji Regresi .....   | 47 |
| 3.8.4 Pengujian Hipotesis .....                                       | 48 |
| 3.8.4.1 Uji t .....   | 48 |
| 3.8.4.2 Uji F .....   | 49 |
| 3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> ) ..... | 50 |

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|   |    |
|---|----|
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                      | 52 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....  | 53 |
| 4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....                                 | 53 |
| 4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....                                     | 55 |
| 4.3 Uji Instrumen Penelitian .....  | 59 |
| 4.3.1 Uji Validitas .....   | 59 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas .....  | 60 |
| 4.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....                                    | 61 |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik .....   | 62 |
| 4.5.1 Uji Normalitas .....  | 62 |
| 4.5.2 Uji Multikolinieritas .....   | 64 |
| 4.5.3 Uji Heterokedastisitas .....  | 65 |
| 4.6 Uji Kelayakan Model .....   | 66 |
| 4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> ).....               | 66 |
| 4.6.2 Uji Statistik F .....   | 67 |
| 4.7 Pengujian Hipotesis .....   | 68 |
| 4.8 Pembahasan .....  | 69 |
| 4.8.1 Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan<br>Pembelian ..... | 69 |
| 4.8.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....                       | 70 |
| 4.8.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian..              | 71 |

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

|                        |    |
|------------------------|----|
| 5.1 Simpulan .....     | 72 |
| 5.2 Saran .....        | 72 |
| 5.3 keterbatasan ..... | 74 |
| Daftar Pustaka .....   | 75 |

## DAFTAR TABEL

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 2.1  | Penelitian Terdahulu .....  | 29 |
| Tabel 3.2  | Skor Pilihan Jawaban .....  | 42 |
| Tabel 4.1  | Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                         | 54 |
| Tabel 4.2  | Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....                                  | 54 |
| Tabel 4.3  | Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> ..... | 56 |
| Tabel 4.4  | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga .....                           | 56 |
| Tabel 4.5  | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....               | 57 |
| Tabel 4.6  | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....              | 58 |
| Tabel 4.7  | Hasil Uji Validitas .....   | 59 |
| Tabel 4.8  | Hasil Uji Reliabilitas .....  | 60 |
| Tabel 4.9  | Hasil Uji Regresi Berganda .....  | 61 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Normalitas .....  | 63 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Multikolinieritas .....   | 64 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                                       | 66 |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji F .....   | 67 |
| Tabel 4.14 | Hasil Uji t .....   | 68 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |                              |    |
|------------|------------------------------|----|
| Gambar 2.1 | Kerangka Penelitian .....    | 32 |
| Gambar 4.1 | Uji Normalitas .....         | 63 |
| Gambar 4.2 | Uji Heterokedastisitas ..... | 65 |

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Karakteristik Responden
- Lampiran 3 Data Deskripsi Responden
- Lampiran 4 Data Tanggapan Responden
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Kategori Variabel
- Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Berganda
- Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinieritas
- Lampiran 11 Hasil Uji Heterokedastisitas
- Lampiran 12 Hasil Uji Kelayakan Model

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* Blibli.com, (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* Blibli.com, (3) pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* blibli.com, dan (4) pengaruh *electronic word of mouth*, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* Blibli.com.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan rancangan asosiatif kasual. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang pernah membeli produk atau barang pada *E-commerce* Blibli.com di Surabaya. Sampel penelitian ini adalah orang yang pernah membeli produk atau barang pada *E-commerce* Blibli.com di Surabaya yang berjumlah 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *electronic word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* Blibli.com, (2) harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* Blibli.com, (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* Blibli.com, dan (4) *electronic word of mouth*, harga, kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* Blibli.com.

**Kata Kunci:** *Electronic Word of Mouth*, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This research aims to investigate (1) the effect of electronic word of mouth to Blibli.com E-commerce purchase decision, (2) the effect of price to Blibli.com E-commerce purchase decision, (3) the effect of service quality to Blibli.com E-commerce purchase decision and (4) the effect of electronic word of mouth, price and service quality to Blibli.com E-commerce purchase decision.*

*This research is quantitative research with causal associative design. Research population is all people have ever bought products or goods on E-commerce Blibli.com in Surabaya. Sample in this research amount to 100 people who ever bought products or goods on E-commerce Blibli.com in Surabaya. The data collection technique was used questionnaire that has been tested for validity and reliability. Data analysis technique in this research was used multiple regression.*

*The result of this research showed that (1) electronic word of mouth has a significant positive effect to Blibli.com E-commerce purchase decision, (2) price has a significant positive effect to Blibli.com E-commerce purchase decision, (3) service quality has a significant positive effect to Blibli.com E-commerce purchase decision, and (4) electronic word of mouth, price, and service quality has a significant positive effect to Blibli.com E-commerce purchase decision.*

**Key Words:** *Electronic Word of Mouth, Price, service Quality, Purchase Decision*