

**PENGARUH KUALITAS DESAIN *WEBSITE*,
KELENGKAPAN PRODUK DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *WEBSITE*
SOCIOLLA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Devia Permata Ananda

NIM : 43118010437

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2021

**PENGARUH KUALITAS DESAIN *WEBSITE*,
KELENGKAPAN PRODUK, DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *WEBSITE*
SOCIOLLA**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Devia Permata Ananda
NIM : 43118010437
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Devia Permata Ananda

Nim : 43118010437

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Februari 2022



Devia Permata Ananda

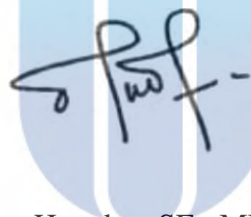
NIM : 43118010437

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Devia Permata Ananda
NIM : 43118010437
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Desain Website, Kelengkapan Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Website Sociolla
Tanggal Sidang : 6 April 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Hamdan, SE., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis **UNIVERSITAS** Ketua Program Studi S1 Manajemen





Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 04221248



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Desain Website, Kelengkapan Produk, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Website Sociolla”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Ucapan terima kasih sebagai penghargaan yang tulus saya ucapkan kepada Bapak Hamdan, SE. MM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, motivasi, pengetahuan dan nasehat yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis juga ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih SE. M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. Ir. H. Sonny Indrajaya, M., selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmu dan bantuan administratifnya.
5. Kedua orang tua, Bapak Sukisno dan Ibu Jumyati, atas doa dan dukungannya baik secara moril maupun material.
6. Seluruh rekan-rekan Manajemen S1 FEB Mercu Buana atas bantuan dan kerjasamanya.
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas bantuan, motivasi, dan doanya.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan dalam penyempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Februari 2022

Devia Permata Ananda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kontribusi Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	16
A. Kajian Pustaka	16
1. Manajemen Pemasaran.....	16
a. Definisi Manajemen Pemasaran.....	16
2. <i>E-commerce</i>	17
a. Definisi <i>E-commerce</i>	17
b. Jenis-jenis <i>E-commerce</i>	17
c. Manfaat <i>E-commerce</i>	18
d. Komponen <i>E-commerce</i>	20
3. Keputusan Pembelian	21
a. Definisi Keputusan Pembelian.....	21
b. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22
c. Jenis-Jenis Keputusan Pembelian.....	23
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	24
e. Keputusan yang Diambil oleh Pembeli.....	25
f. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	26

4. Kualitas Desain <i>website</i>	27
a. Pengertian Kualitas Desain <i>website</i>	27
b. Prinsip-Prinsip Desain Web.....	28
c. Dasar-Dasar Desain Web.....	30
d. Dimensi dan Indikator Kualitas Desain <i>website</i>	31
5. Kelengkapan Produk.....	34
a. Pengertian Kelengkapan Produk.....	34
b. Strategi Ragam Produk.....	35
c. Dimensi dan Indikator Kelengkapan Produk.....	36
6. <i>Word of mouth</i>	37
a. Pengertian <i>Word of mouth</i>	37
b. Manfaat <i>Word of mouth</i>	37
c. Motivasi <i>Word of mouth</i>	38
d. Dimensi dan Indikator <i>Word of mouth</i>	39
7. Penelitian Terdahulu	41
B. Pengembangan Hipotesisl.....	49
1. Pengaruh Kualitas Desain <i>website</i> terhadap keputusan pembelian.....	49
2. Pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan Pembelian	50
3. Pengaruh <i>Word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian.	51
C. Kerangka Pemikiran	51
D. Hipotesis.....	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
A. Waktu dan Tempat Penelitian	54
B. Desain Penelitian	54
C. Definisi dan Operasional Variabel	55
1. Definisi Variabel	55
2. Operasional Variabel.....	57
D. Skala Pengukuran Variabel	60
E. Metode Penentuan Sampel.....	61
F. Metode Pengumpulan Data.....	62
1. Data Primer	62
2. Data Sekunder	63

G.	Metode Analisis Data	63
1.	Evaluasi <i>Measurement Outer Model</i>	64
2.	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	66
3.	Pengujian Hipotesis	68
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	69
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	69
B.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	70
1.	Hasil Analisis Deskripsi Responden	70
2.	Hasil Analisis Deskripsi Variabel	74
C.	Hasil Analisis Deskripsi SEM-PLS	77
1.	Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	77
2.	Evaluasi Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	85
D.	Pembahasan	90
1.	Pengaruh Kualitas Desain <i>website</i> dan Keputusan Pembelian	90
2.	Pengaruh Kelengkapan Produk dan Keputusan Pembelian	91
3.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> dan Keputusan Pembelian	92
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	93
A.	Kesimpulan	93
B.	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Pengguna Digital Seluruh Indonesia	2
1.2	Data Pengguna Digital di Indonesia 2020	2
1.3	Data Pengguna Digital di Indonesia 2021	3
1.4	TOP 10 <i>E-Commerce</i> di Indonesia 2021	6
1.5	Data Hasil Pra Survei	11
2.1	Penelitian Terdahulu	40
3.1	Operasional Variabel	57
3.2	Skala Likert	60
4.1	Jenis Kelamin Responden	71
4.2	Usia Responden	71
4.3	Pekerjaan Responden	72
4.4	Pendapatan Responden	73
4.5	Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Desain <i>website</i>	74
4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Kelengkapan Produk	75
4.7	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Word of Mouth</i>	76
4.8	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	76
4.9	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	79
4.10	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi)	81
4.11	Hasil Uji <i>Discriminant Validity - Fornell Lecker Criterion</i>	83
4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity - Cross Loadings</i>	83
4.13	Hasil Uji Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	84
4.14	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	85
4.15	Hasil Uji <i>R-Square</i>	86
4.16	Hasil Uji <i>F-Square</i>	87
4.17	Hasil Uji <i>Q-Square</i>	88
4.18	Hasil Uji Multikolinieritas	88
4.19	Hasil Uji Hipotesis	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Nominal Transaksi <i>e-commerce</i> (2017-2020)	5
2.1	Proses Pengambilan Keputusan	22
3.1	Kerangka Pemikiran	52
4.1	Logo Sociolla	69
4.2	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	79
4.3	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	81
4.4	Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	89



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pra Survei	105
2	Hasil Pra Survei	107
3	Kuesioner Penelitian	108
4	Data Hasil Penelitian	115
5	Hasil Output SEM-PLS 3.0	125



UNIVERSITAS
MERCU BUANA