

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, CITRA
MEREK, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN
MATAHARI.COM**

SKRIPSI



Nama : Gita Noviani

Nim : 43115110197

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, CITRA
MEREK, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN
MATAHARI.COM**

SKRIPSI

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



Nama : Gita Noviani

Nim : 43115110197

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gita Noviani
Nim : 43115110197
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatatkan 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.

Jakarta, 06 Juli 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Gita Noviani

43115110197

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Gita Noviani
NIM : 43115110197
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word of Mouth, Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Matahari.com
Tanggal Sidang : 25 Mei 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Ir. Zulfitri MP, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 07221368



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen matahari.com. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, khususnya Dr. Zulfitri, MS, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. 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. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Eri Marlapa, SE., MM selaku Sekretaris 1 Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercubuana.
5. Responden yang telah membeli produk di Matahari.com
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan moril maupun material, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai.
8. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat selesai dengan tepat waktu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, Maret 2022

Gita Noviani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	9
1. Manajemen Pemasaran	9
2. Perilaku Konsumen.....	9
3. <i>E-Commerce</i>	10
4. <i>Purchase Decision</i>	12
5. <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	14
6. <i>Brand Image</i>	16
7. <i>Product Quality</i>	19
8. Penelitian Terdahulu	20
B. Pengembangan Hipotesis.....	25
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	25

2. Pengaruh *Brand Image* terhadap *Purchase Decision*26
3. Pengaruh *Product Quality* terhadap *Purchase Decision*26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	28
B. Desain Penelitian	28
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	28
1. Definisi Variabel	28
2. Operasionalisasi Variabel.....	30
D. Pengukuran Variabel	31
E. Populasi dan sampel penelitian	32
1. Populasi Penelitian	32
2. Sampel Penelitian	32
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Metode Analisis Data	33
1. Analisis Deskriptif.....	33
2. <i>Partial Least Square</i>	33
a. <i>Outer Model</i>	33
1) Uji Validitas.....	33
2) Uji Reliabilitas.....	34
b. <i>Iner Model</i>	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	36
2. Visi dan Misi	37
3. Karakteristik Responden	37
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	40
B. Deskriptif Variabel	41

1. Statistik Deskriptif.....	41
2. Analisis SEM Menggunakan <i>SmartPLS</i>	45
a. Evaluasi Model Pengukuran (<i>OuterModel</i>)	45
1) Pengujian Validitas I.....	46
2) Pengujian Validitas II	48
3) Pengujian <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) II	51
4) Pengujian Validitas Diskriminan II	52
5) Pengujian Reliabilitas II	53
b. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	55
1) Koefesien Determinasi (R^2)	56
2) Nilai Relevansi Prediktif (Q^2)	56
3) Pengujian Hipotesis.....	57
C. Pembahasan	60
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) Terhadap <i>Purchase Decision</i>	60
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	61
3. Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	1
1.2	<i>Top Brand Onlineshop Fashion</i> di Indonesia	5
2.1	Penelitian Terdahulu	20
3.1	Operasionalisasi Variabel	30
3.2	Skala Likert	32
4.1	Jenis Kelamin	37
4.2	Usia.....	38
4.3	Pendidikan Terakhir	39
4.4	Pekerjaan Saat Ini.....	40
4.5	Statistik Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	42
4.6	Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	43
4.7	Statistik Deskriptif <i>Product Quality</i>	44
4.8	Statistik Deskriptif <i>Purchase Decision</i>	45
4.9	Hasil Uji Validitas I	47
4.10	Hasil Uji Validitas II	50
4.11	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> II	51
4.12	Hasil Uji Validitas Diskriminan II	52
4.13	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> II	53
4.14	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> II	54
4.15	Nilai <i>R Square Adjusted</i>	56
4.16	<i>Q-square</i>	57
4.17	Hipotesis	59

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Laba PT. Matahari Department Store	2
1.2	Pra Survei Penelitian	3
2.1	Model Kerangka Konseptual	27
4.1	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	38
4.2	<i>Pie Chart</i> Usia	39
4.3	<i>Pie Chart</i> Pendidikan Terakhir	40
4.4	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan Saat Ini	41
4.5	Uji Validitas I.....	46
4.6	Uji Validitas II	49
4.7	Hasil Pengujian <i>Composite Reliabel</i> II	54
4.8	Hasil Pengujian Uji <i>Cronbach Alpha</i> II	55
4.9	<i>Boostrapping</i>	58

DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1	Kuesioner.....	69
2	Hasil Pengolahan Data.....	73
3	Hasil Jawaban Responden	89

