



**Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Electronic Word of Mouth*,
Kualitas Web, dan Kepercayaan terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen
(Studi Pada Matahari.com)**

TESIS

UNIVERSITAS
OLEH
ADIL ASHARI
55118110040
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**



**Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Electronic Word of Mouth*,
Kualitas Web, dan Kepercayaan terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen
(Studi Pada Matahari.com)**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
OLEH

ADIL ASHARI

55118110040

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2021

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Electronic Word of Mouth*,
Kualitas Web, dan Kepercayaan terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen (Studi pada Matahari.com)

Nama : Adil Ashari

NIM : 55118110040

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 2 Maret 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 2 Maret 2021



Adil Ashari

PENGESAHAN TESIS

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Electronic Word of Mouth*,
Kualitas Web, dan Kepercayaan terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen (Studi pada Matahari.com).

Nama : Adil Ashari

NIM : 55118110040

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 2 Maret 2021

Mengesahkan

Pembimbing

(Dr. Tafiprios, SE., MM)

MERCU BUANA

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi

Magister Manajemen

(Prof. Dr. Ing Mudrik Alaydrus)

(Dudi Permana, Ph.D)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh :

Nama : Adil Ashari
NIM : 55118110040
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Web, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Matahari.com)”

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan system Turnitin pada tanggal 27/04/2021, didapatkan nilai presentase sebesar 26%.

Jakarta, 28 April 2021

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Web, Kepercayaan, dan Keputusan Pembelian. Objek penelitian ini adalah konsumen Matahari.com, dan jumlah sampel yang ditentukan adalah 280 responden dengan menggunakan metode perhitungan berdasarkan rumus teori Hair yang dikalikan 5. Metode penarikan sampel *Convenience Sampling*, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan analisis menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian diketahui bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Web berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Web, Kepercayaan, Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Service Quality, Electronic Word of Mouth, Web Quality, Trust, and Purchasing Decisions. The object of this research Matahari.com, and the number of sample determined is 280 respondents using a calculation method based on theory Hair formula multiplied by 5. Sampling convenience method, data collection method using questionnaire, and analysis using Partial Least Square (PLS). The results of the study are known that the Quality of Service affects Purchasing Decisions, Electronic Word of Mouth affects Purchasing Decisions, Web Quality affects Purchasing Decisions, Trust affects Purchasing Decisions.

Keywords : Service Quality, Electronic Word of Mouth, Web quality, Trust, Purchasing Decision.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Web, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Matahari.com).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Tafiprios, SE, MM selaku Dosen pembimbing yang penuh kesabaran dan memberikan arahan selama penulisan Tesis ini
2. Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Management Universitas Mercu Buana
4. Prof. Dr. Ing Mudrik Alaydrus selaku Direktur Pascasarjana Program Studi Magister Management Universitas Mercu Buana
5. Kepada Dosen Penguji, selaku Penguji dalam sidang Tesis yang telah banyak memberikan arahan hingga lebih sempurnanya Tesis ini.

6. Seluruh Dosen Program Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah membekali penulis hingga Tesis ini terwujud
7. Yang Teristimewa, kedua Orang Tua saya yang luar biasa hebatnya Bapak dan Ibu yang tidak pernah putus memberikan semangat, doa, motivasi, kasih sayang dan cinta dalam setiap prosesnya hingga saya bisa menyelesaikan tesis ini dengan baik
8. Terima kasih untuk semua sahabat Emak *Family* yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas semua canda tawa, dukungan, serta doa - doa terbaik yang telah diberikan.
9. Teman-teman di Program Pascasarjana Magister Universitas Mercu Buana yang saling memberikan semangat dan doa dalam penulisan Tesis ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tesis ini masih jauh dari sempurna, untuk itu pada kesempatan ini penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan Tesis dimasa mendatang, semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 2 Maret 2021

Adil Ashari

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah.....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2 Perumusan Masalah	11
1.2.3 Batasan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kontribusi Penelitian.....	12
1.4.1 Kontribusi Praktik.....	12
1.4.2 Kontribusi Akademis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
 HIPOTESIS	13
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.3 Kualitas Pelayanan	19
2.1.4 <i>E-Marketing</i>	22
2.1.5 <i>Electronic Word of Mouth</i>	23

2.1.6 Kualitas Web	27
2.1.7 Kepercayaan	28
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Hubungan Antar Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen.....	35
2.3.1 Hubungan antara Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	36
2.3.2 Hubungan antara Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	36
2.3.3 Hubungan antara Variabel Kualitas Web terhadap Keputusan Pembelian	37
2.3.4 Hubungan antara Variabel Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	38
2.4 Rerangka Pemikiran	38
2.5 Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	42
3.1.1 Waktu Penelitian.....	42
3.1.2 Tempat Penelitian	42
3.2 Desain Penelitian	42
3.3 Definisi Operasional Variabel	43
3.3.1 Kualitas Pelayanan	44
3.3.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	44
3.3.3 Kualitas Web	44
3.3.4 Kepercayaan	44
3.3.5 Keputusan Pembelian	45
3.4 Pengukuran Variabel	47
3.5 Populasi dan Sampel.....	49
3.5.1 Populasi	49
3.5.2 Sampel	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6.1 Data Primer.....	50
3.6.1 Data Primer.....	50
3.7 Metode Analisis Data	51
3.7.1 IBM SPSS <i>Statistic 23</i>	51
3.7.2 SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>) – PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Penelitian	55
4.2 Analisis Deskriptif.....	56
4.2.1 Karakteristik Responden.....	56
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dalam Sebulan	59
4.2.2 Deskriptif Jawaban Responden	60
a. Variabel Kualitas Pelayanan	60
b. Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	61
c. Variabel Kualitas Web	62
d. Variabel Kepercayaan.....	63
e. Variabel Keputusan Pembelian	63
4.3 Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	64
4.3.1 Evaluasi Measurement (<i>Outer Model</i>)	65
a. <i>Convergent Validity</i>	65
b. <i>Discriminant Validity</i>	70
c. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	72
d. <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	73
4.3.2 Pengujian Model Struktural / Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)....	74
a. Nilai <i>R Square</i>	74
b. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	74
4.4 Pembahasan	76
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	77
4.4.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	77
4.4.3 Pengaruh Kualitas Web terhadap Keputusan Pembelian	78
4.4.4 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	79
5.2.1 Bagi Perusahaan	81
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	88



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Situs Jual Beli Online Fashion 2016, 2017, & 2018....	4
Tabel 1.2	<i>Annual Report</i> Laba Bersih Tahun 2016, 2017, & 2018.....	5
Tabel 1.3	<i>Visit Mobile Web, On Desktop</i> Peringkat App Store dan Playstore.....	5
Tabel 1.4	Data Pra-Survey	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Nasional	30
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert.....	48
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan dalam Sebulan	59
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	60
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	61
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Web	62
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan	63
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	63

Tabel 4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	66
Tabel 4.11	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	68
Tabel 4.12	Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker</i>).....	71
Tabel 4.13	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	71
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	72
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>R Square</i> Variabel Endogen.....	73
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Hipotesis	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proyeksi Peningkatan Internet di Indonesia Tahun 2018.....	2
Gambar 2.1	Rerangka Pemikiran	40
Gambar 4.1	Hasil <i>Algorithm</i> PLS	68
Gambar 4.2	Hasil <i>Algorithm</i> PLS (Modifikasi)	70
Gambar 4.3	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	88
Lampiran 2	Hasil Karakteristik Responden.....	93
Lampiran 3	Deskriptif Jawaban Responden	94
Lampiran 4	Hasil Pengujian <i>Measurement (Outer Model)</i>	96
Lampiran 5	Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	98



UNIVERSITAS
MERCU BUANA