

**PENGARUH GETOK TULAR ELEKTRONIK (*EWOM*),
KUALITAS LAYANAN, IKLAN DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK SECARA
ONLINE MELALUI SITUS *E-COMMERCE* SOCIOLLA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Arneesh Perias Tajala

NIM : 43116120305

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

JAKARTA

2020

**PENGARUH GETOK TULAR ELEKTRONIK (*EWOM*),
KUALITAS LAYANAN, IKLAN DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK SECARA
ONLINE MELALUI SITUS *E-COMMERCE* SOCIOLLA**

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



Nama : Arneesh Perias Tajala

NIM : 43116120305

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arneesh Perias Tajala

NIM : 43116120305

Program Studi : SI Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Februari 2021



Arneesh Perias Tajala
NIM: 43116120305

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Arneesh Perias Tajala
NIM : 43116120305
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Getok Tular Elektronik (*EWOM*), Kualitas Layanan, Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Secara *Online* Melalui Situs *E-Commerce* Sociolla

Tanggal Lulus Ujian: 24 Februari 2021

Disahkan oleh:

Pembimbing



Prof. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM.,
IPU., CMA., MSS
Tanggal: 28/02/2021

Ketua Penguji



Arief Bowo Prayoga Kasmoo,
MM., Ph.D.
Tanggal: 27/02/2021

Dekan



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.,
CIPSAS., CMA., CSR
Tanggal: 20/03/2021

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal: 20/03/2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dugaan dan menganalisis pengaruh getok tular elektronik (*EWOM*), kualitas layanan, iklan dan promosi penjualan terhadap minat beli produk kosmetik secara *online* melalui situs *e-commerce* Sociolla. Objek penelitian ini adalah konsumen DKI Jakarta sebanyak 145 responden. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Component* atau *Variance Based Structural Equation Model* dengan alat analisis SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan getok tular elektronik (*EWOM*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Sociolla, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Sociolla, iklan dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Sociolla.

Kata Kunci: Getok Tular Elektronik (*EWOM*), Kualitas Layanan, Iklan, Promosi Penjualan, Minat Beli.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to examine the hypothesis and analyze the effect of electronic word of mouth (EWOM), service quality, advertising, and sales promotion on the interest in buying cosmetic products online through the Sociolla e-commerce site. The object of this research is 145 respondents from Jakarta. The method used in this research is the Component or Variance Based Structural Equation Model with the smartPLS 3.0 analysis tool. The results showed that electronic word of mouth (EWOM) have positive and significant effect on Sociolla consumers buying interest, service quality have positive and significant effect on Sociolla consumers buying interest, advertising and sales promotion have positive and significant effect on Sociolla consumers buying interest.

Keywords: Electronic Word of Mouth (EWOM), Service Quality, Advertising, Sales Promotion, Buying Interest.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“PENGARUH GETOK TULAR ELEKTRONIK (*EWOM*), KUALITAS LAYANAN, IKLAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK SECARA *ONLINE* MELALUI SITUS *E-COMMERCE* SOCIOLLA”**. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini tidak lepas dari bimbingan Prof. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., MSS selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Selain daripada itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, MS. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSR selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Tine Yuliantini, Dott., ssa., MM Sekprodi 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

5. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. Sekprodi 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Suprpto, SP, M.Si. Selaku Dosen Mata Kuliah Tugas Akhir yang telah memberikan dukungan dan pengarahan selama masa perkuliahan.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan penelitian selanjutnya.



Jakarta, 24 Februari 2021

Arneesh Perias Tajala

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Pemasaran	11
2. Pemasaran elektronik (<i>E-Marketing</i>).....	12
a. Pengertian <i>e-marketing</i>	12
b. Pengertian <i>e-commerce</i>	13
c. Komponen <i>e-commerce</i>	14
d. Klasifikasi <i>e-commerce</i>	15
3. Getok tular elektronik (<i>EWOM</i>).....	17
a. Pengertian Getok Tular Elektronik (<i>EWOM</i>)	17
b. Faktor-faktor untuk mengukur Getok Tular Elektronik	19
4. Kualitas Layanan.....	19
a. Pengertian Kualitas Layanan.....	19
b. Kualitas Layanan Elektronik	20
c. Faktor-faktor untuk mengukur kualitas layanan elektronik	20
d. Prinsip-prinsip Kualitas Layanan	21
5. Iklan	23
a. Pengertian Iklan.....	23
b. Tujuan Iklan	23

c.	Atribut Iklan	24
d.	Faktor-faktor untuk mengukur Iklan	25
6.	Promosi Penjualan.....	25
a.	Pengertian Promosi Penjualan.....	25
b.	Tujuan Promosi Penjualan.....	26
c.	Faktor-faktor untuk mengukur Promosi Penjualan	27
7.	Minat Beli	28
a.	Pengertian Minat Beli.....	28
b.	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli.....	29
c.	Faktor-faktor untuk mengukur minat beli	30
B.	Penelitian terdahulu.....	31
C.	Pengembangan Hipotesis	33
1.	Pengaruh Getok Tular Elektronik (<i>EWOM</i>) Terhadap Minat Beli Konsumen	33
2.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen	34
3.	Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen	34
4.	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen	35
D.	Kerangka Konseptual Penelitian.....	35
BAB III	METODE PENELITIAN	37
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	37
1.	Waktu Penelitian	37
2.	Tempat Penelitian.....	37
B.	Desain Penelitian.....	37
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	38
1.	Definisi Variabel	38
2.	Operasionalisasi Variabel.....	40
D.	Skala Pengukuran Variabel	42
E.	Populasi dan Sampel	43
1.	Populasi	43
2.	Sampel.....	44
F.	Metode Pengumpulan Data	45
G.	Metode Analisis Data.....	46
1.	<i>Evaluasi Measurement (Outer) Model</i>	<i>47</i>
a.	<i>Convergent Validity.....</i>	<i>48</i>
b.	<i>Discriminant Validity</i>	<i>48</i>
c.	<i>Composite Reliability</i>	<i>49</i>

2.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	49
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A.	Analisis Deskriptif	51
1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	51
2.	Deskripsi Responden.....	53
3.	Deskripsi Variabel.....	56
a)	Hasil Deskriptif Jawaban Responden Variabel Getok tular elektronik (<i>EWOM</i>)	56
b)	Hasil Deskriptif Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan	58
c)	Hasil Deskriptif Jawaban Responden Variabel Iklan	59
d)	Hasil Deskriptif Jawaban Responden Variabel Promosi penjualan	60
e)	Hasil Deskriptif Jawaban Responden Variabel Minat beli.....	61
B.	Metode Analisis Data.....	62
1.	Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>)	62
1.1.	Uji Validitas	62
a.	<i>Convergent Validity</i>	62
b.	<i>Discriminant Validity</i>	66
1.2.	Uji Reliabilitas	69
2.	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	70
a.	Nilai <i>R-Square</i>	70
b.	Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>).....	71
c.	Nilai <i>T-Statistic (Bootstrapping)</i>	72
d.	Nilai <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	73
e.	Evaluasi Model Fit	74
f.	Pengujian Hipotesis.....	75
g.	Pembahasan Hasil Penelitian	78
1)	Pengaruh Getok tular elektronik (<i>EWOM</i>) terhadap minat beli	78
2)	Pengaruh Kualitas layanan terhadap minat beli	80
3)	Pengaruh Iklan terhadap minat beli.....	80
4)	Pengaruh Promosi penjualan terhadap minat beli	81
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	83
A.	Simpulan	83
B.	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	88	
LAMPIRAN.....	92	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1. 1.	Tabel Perbandingan <i>Beauty E-commerce</i>	5
Tabel 2. 1.	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1.	Tabel Operasionalisasi Variabel	40
Tabel 3. 2.	Instrumen Skala Likert.....	43
Tabel 4. 1.	Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 2.	Karakteristik responden berdasarkan Umur.....	54
Tabel 4. 3.	Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4. 4.	Karakteristik responden berdasarkan Pendapatan.....	55
Tabel 4. 5.	Uji Statistik Deskriptif Variabel Getok tular elektronik (<i>EWOM</i>)	57
Tabel 4. 6.	Uji Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	58
Tabel 4. 7.	Uji Statistik Deskriptif Variabel Iklan	59
Tabel 4. 8.	Uji Statistik Deskriptif Variabel Promosi penjualan.....	60
Tabel 4. 9.	Uji Statistik Deskriptif Variabel Minat beli.....	61
Tabel 4. 10.	Tabel Uji <i>Convergent Validity</i>	63
Tabel 4. 11.	Hasil pengujian <i>convergent validity</i> (modifikasi).....	64
Tabel 4. 12.	Tabel Hasil Uji <i>AVE</i>	66
Tabel 4. 13.	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross loadings)</i>	67
Tabel 4. 14.	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i>	68
Tabel 4. 15.	Tabel Hasil Uji <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	69
Tabel 4. 16.	Hasil Uji Nilai R-Square (R^2)	70
Tabel 4. 17.	Hasil Uji Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>)	71

Tabel 4. 18. Hasil Uji Nilai <i>T-Statistic (Bootstrapping)</i>	72
Tabel 4. 19. Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	73
Tabel 4. 20. Tabel Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1. 1.	Proyeksi Penggunaan Internet di Indonesia 2018	2
Gambar 1. 2.	<i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019.....	4
Gambar 2. 1.	Kerangka Konseptual Penelitian	35
Gambar 4. 1.	Logo Sociolla	52
Gambar 4. 2.	Uji <i>Convergent Validity</i>	62
Gambar 4. 3.	Uji <i>Convergent Validity</i> (modifikasi).....	65
Gambar 4. 4.	Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q2).....	74
Gambar 4. 5.	Hasil Uji Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>).....	76
Gambar 4. 6.	Hasil Uji Nilai <i>T-Statistic</i> (<i>Bootstrapping</i>)	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Pra survei	92
2	Kuesioner Penelitian	95
3	Hasil Kuesioner Responden	99
4	Hasil pengujian menggunakan SmartPLS.....	118



UNIVERSITAS
MERCU BUANA