

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *ELECTRONIC  
WORD OF MOUTH*, *ELECTRONIC SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA  
*MAPCLUB MOBILE APPS***

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Nama : Elvina Buratu Siva**

**Nim : 43119010117**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *ELECTRONIC SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA  
*MAPCLUB MOBILE APPS***

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

Jakarta



**Nama : Elvina Buratu Siva**

**Nim : 43119010117**

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

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elvina Buratu Siva

Nim : 43119010117

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa 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 pembatasan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).



Jakarta, 5 April 2023



Elvina Buratu Siva

NIM.43119010117


UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Elvina Buratu Siva  
NIM : 43119010117  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, ELECTRONIC SERVICE QUALITY TERHADAP PURCHASE DECISION PADA MAPCLUB MOBILE APPS  
Tanggal Sidang : 21 Juni 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Hamdan, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 07232549



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 *Perceived Ease Of Use, Electronic Word Of Mouth, Electronic Service Quality Terhadap Purchase Decision Pada Mapclub Mobile Apps*”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk menyelesaikan strata 1 jurusan manajemen 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 bapak Hamdan, SE, 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. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Nur Aisyah F. Pulungan, SE, MM., selaku dosen Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Orang tua tercinta yaitu Bapak Mustofa Yani (Alm), Bapak Romli Slamet Djafar dan Ibu Marhani serta abang Cries Edi Baskoro yang selalu memberikan dukungan moril maupun material, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
7. Sahabat dan teman seperjuangan Putri Permata Sari dan Cucuk Juarsih atas doa serta semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

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, 5 April 2023



Elvina Buratu Siva

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kontribusi Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	9
1. Manajemen .....	9
2. Manajemen Pemasaran .....	9
3. Perilaku Konsumen.....	10
4. <i>Mobile Apps</i> .....	10
5. Internet.....	11
6. <i>Technology Acceptance Model</i> .....	11
7. <i>E-commerce dan Marketplace</i> .....	13
8. <i>Perceived Ease Of Use</i> .....	15
a. Pengertian <i>Perceived Ease Of Use</i> .....	15
b. Dimensi dan Indikator <i>Perceived Ease Of Use</i> .....	16
c. Faktor yang mempengaruhi <i>Perceived Ease Of Use</i> .....	16
9. <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	17
a. Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	17
b. Dimensi dan Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	18
c. Faktor yang mempengaruhi <i>Electronic Word Of Mouth</i> ....	19
10. <i>Electronic Service Quality</i> .....	19
a. Pengertian <i>Electronic Service Quality</i> .....	19
b. Dimensi dan Indikator <i>Electronic Service Quality</i> .....	20
11. <i>Purchase Decision</i> .....	21
a. Pengertian <i>Purchase Decision</i> .....	21
b. Dimensi dan Indikator <i>Purchase Decision</i> .....	22
c. Faktor yang mempengaruhi <i>Purchase Decision</i> .....	23
12. Penelitian Terdahulu.....	24

B. Pengembangan Hipotesis.....	31
1. Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	31
2. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	31
3. Pengaruh <i>Electronic Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	34
B. Desain Penelitian .....	34
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	34
1. Definisi Variabel .....	34
2. Operasional Variabel .....	36
D. Skala Pengukuran .....	37
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	38
1. Populasi .....	38
2. Sampel .....	38
F. Metode Pengumpulan Data .....	39
G. Metode Analisis Data.....	39
1. Analisis Deskriptif .....	39
2. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .....	39
a. <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	40
b. <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	45
1. Sejarah Perusahaan .....	45
2. Karakteristik Responden.....	46
B. Hasil Perhitungan .....	50
1. Analisis Deskriptif.....	50
2. <i>Structural Equation Modeling (SEM-PLS)</i> .....	53
a. <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	54
b. <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	63
C. Pembahasan Hasil.....	70
1. Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	70
2. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	71
3. Pengaruh <i>Electronic Service Quality</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	72
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Simpulan.....	73
B. Saran .....	74
1. Saran Praktis .....	74
2. Saran Akademis .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>84</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Hasil Kuesioner Pra Survei	5
Tabel 2.1	Perbedaan <i>Marketplace</i> dan <i>E-commerce</i>	14
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1	Operasional Variabel	36
Tabel 4.1	Analisis Deskriptif <i>Perceived Ease Of Use</i>	50
Tabel 4.2	Analisis Deskriptif <i>Electronic Word Of Mouth</i>	51
Tabel 4.3	Analisis Deskriptif <i>Electronic Service Quality</i>	52
Tabel 4.4	Analisis Deskriptif <i>Purchase Decision</i>	53
Tabel 4.5	Nilai <i>Outer Loading</i> Belum Valid	55
Tabel 4.6	Nilai <i>Outer Loading</i> Valid	56
Tabel 4.7	Uji <i>Average Variance Extracted</i>	58
Tabel 4.8	Nilai <i>Cross Loading</i> (Uji <i>Discriminant Validity</i> )	59
Tabel 4.9	Nilai <i>Fornell-Lacker Criterion Loading</i> (Uji <i>Discriminant Validity</i> )	60
Tabel 4.10	Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	61
Tabel 4.11	Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	62
Tabel 4.12	Uji <i>Reliability</i> menggunakan <i>Composite Reliability</i>	63
Tabel 4.13	Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.14	Uji <i>Effect Sizes</i> ( $F^2$ )	65
Tabel 4.15	Uji <i>Coefficient Of Determination</i> ( $R^2$ )	66
Tabel 4.14	Hasil Uji Hipotesis	67
Tabel 4.15	<i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ )	69

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1	Jumlah Pendapatan <i>E-commerce</i> Ritel 2016-2022	1
Gambar 1.2	Data Pendapatan PT Mitra Adiperkasa Tbk	3
Gambar 2.1	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
Gambar 2.2	Rerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1	Diagram <i>Pie</i> Jenis Kelamin	47
Gambar 4.2	Diagram <i>Pie</i> Umur	47
Gambar 4.3	Diagram <i>Pie</i> Pekerjaan	48
Gambar 4.4	Diagram <i>Pie</i> Pendapatan	49
Gambar 4.5	<i>Outer Loading</i> Belum Valid	56
Gambar 4.6	<i>Outer Loading</i> Valid	57
Gambar 4.7	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	67



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	84
2	Hasil Olah Data	90
3	Jawaban Responden	100



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA