

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, KEMUDAHAN  
PENGUNAAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA DARING DI APLIKASI *PRODIA  
MOBILE* SELAMA PANDEMI COVID-19**  
(Studi pada pelanggan PT Prodia Widyahusada Tbk yang menggunakan aplikasi  
Prodia Mobile tahun 2020 - 2021 di Wilayah Jakarta Barat)

**SKRIPSI**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Nama : Bunga Puspaniar  
Nim : 43118110295

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

**2023**

i

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA DARING DI APLIKASI *PRODIA MOBILE* SELAMA PANDEMI COVID-19**  
(Studi pada pelanggan PT Prodia Widyahusada Tbk yang menggunakan aplikasi Prodia Mobile tahun 2020 - 2021 di Wilayah Jakarta Barat)

**SKRIPSI**

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



Nama : Bunga Puspaniar  
Nim : 43118110295

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

**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bunga Puspaniar  
NIM : 43118110295  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kemudahan dan Kualitas Infomasi Penggunaan Aplikasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Daring di Aplikasi Prodia Mobile Selama Masa Pandemi Covid 19  
Tanggal Sidang : 22 Juni 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Priyono, S.E., ME

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 07232560



Please Scan QRCode to Verify

## **SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bunga Puspaniar

NIM : 43118110295

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 pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Juni 2023

Yang menyatakan



Bunga Puspaniar

43118110295

## ABSTRAK

Pemasaran digital merupakan bentuk kegiatan yang berjalan oleh pemasar, baik dalam suatu perusahaan atau individu untuk melakukan pemasaran sebuah produk baik berupa jasa maupun barang dengan melalui pemanfaatan teknologi informasi digital. Pemasaran digital dan media sosial melibatkan penggunaan alat pemasaran digital seperti situs web, *mobile ads*, aplikasi, video online, email, blog dan platform digital lainnya untuk menjangkau konsumen dimana saja dan kapan saja melalui computer, smartphome, tablet, TV dan perangkat digital lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth*, kemudahan dalam penggunaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara daring di aplikasi prodia mobile selama masa pandemi covid 19. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di aplikasi prodia mobile dengan jumlah sampel sebanyak 210 responden yang ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan bantuan *google forms* dan olah data dilakukan dengan teknik analisis SEM-PLS menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian ini mendapati bahwa *electronic word of mouth*, kemudahan dalam penggunaan dan kualitas informasi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Keputusan Pembelian, *Electronic Word Of Mouth*, Kemudahan dalam Penggunaan dan Kualitas Informasi



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*Digital marketing is a form of activity that is carried out by marketers, both within a company or individual to market a product in the form of services or goods through the use of digital information technology. Digital marketing and social media involve the use of digital marketing tools such as websites, mobile ads, applications, online videos, email, blogs and other digital platforms to reach consumers anywhere and anytime via computers, smartphones, tablets, TVs and other digital devices. This study aims to determine the effect of electronic word of mouth, ease of use and quality of information on online purchasing decisions in the Prodia mobile application during the covid 19 pandemic. The population in this study were consumers who had shopped on the Prodia mobile application with a total sample of 210. respondents were determined using purposive sampling method. The data collection technique was carried out using a questionnaire with the help of google forms and the data processing was carried out using the SEM-PLS analysis technique using the SmartPLS software. The results of this study found that electronic word of mouth, ease of use and quality of information partially have a significant positive effect on purchasing decisions.*

**Keywords : Purchase Decision, Electronic Word Of Mouth, Ease of Use and Quality of Information**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Kemudahan dan Kualitas Informasi Penggunaan Aplikasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Daring di Aplikasi *Prodia Mobile* Selama Masa Pandemi Covid 19”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan skripsi. Peneliti berterima kasih kepada bapak Priyono, S.E, ME yang telah memberikan bimbingan, ilmu, saran, serta dukungan dan motivasi selama penyusunan skripsi. Peneliti juga berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. 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. Bapak Dudi Permana, MM, PhD selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M selaku Ketua Penguji pada sidang hasil tugas akhir
5. Bapak Priyono, SE., ME selaku dosen Penguji Satu pada sidang hasil tugas akhir
6. Bapak Hamdan, S.E., M.M selaku dosen Penguji Dua pada sidang hasil tugas akhir
7. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen
8. Teristimewa, Ibu dan Ayah serta adikku atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh do'a yang tidak ada hentinya ditujukan kepada peneliti,

9. Teman-temanku angkatan 2018 di Program Studi Manajemen S1 FEB UMB atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan skripsi ini.
10. Kepada Sahabat – sahabat terbaik dan rekan kerja yang senantiasa mendukung dan memberi arahan
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 22 Juni 2023  
Yang Menyatakan,



Bunga Puspaniar  
43118110295

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kontribusi Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.3 Digital Marketing.....	18
2.1.4 <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	18
2.1.5 Kemudahan dalam Penggunaan.....	20
2.1.6 Kualitas Informasi.....	24
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	26

2.1.8 Penelitian Terdahulu.....	27
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	28
2.2.1 Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian .....	41
2.2.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.2.3 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.3 Rerangka Konseptual.....	43
2.4 Hipotesis.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Waktu dan Objek Penelitian.....	45
3.2 Desain Penelitian.....	45
3.3 Definsi dan Operasional Variabel.....	46
3.3.1 Definsi Variabel.....	46
3.3.2 Oprasional Variabel.....	48
3.3.3 Skala Pengukuran.....	52
3.3.4 Populasi dan Sampel.....	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5 Metode Analisis Data.....	55
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	57
3.5.2 Metode <i>Structural Equation Modeling – Partial Least Square</i> .....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian.....	66
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	66
4.1.2 Karakterisitk Responden.....	66

4.1.3 Analisis Deskriptif.....	70
4.1.3 Hasil Analisis Data SEM-PLS.....	70
4.2 Pembahasan.....	87
4.2.1 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	88
4.2.2 Pengaruh Kemudahan dalam Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	89
4.2.3 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>149</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Gap Research	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1	Oprasional Variabel	47
Tabel 3.2	Skala Pengukuran Likert	51
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Tingkat Usia	65
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	66
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Penghasilan	66
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel Electronic Word Of Mouth	68
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Kemudahan dalam penggunaan	69
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Kualitas Informasi	70
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	71
Tabel 4.9	Hasil Algoritma PLS	74
Tabel 4.10	Nilai Average Variance Extracted (AVE)	75
Tabel 4.11	Nilai Cros Loading (Uji Validitas Diskriminan)	76
Tabel 4.12	Nilai Fornell-Larcker (Uji Validitas Diskriminan)	77
Tabel 4.13	Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	78
Tabel 4.14	Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	78
Tabel 4.15	Nilai VIF	79
Tabel 4.16	Nilai R-Square	80
Tabel 4.17	Nilai F-Square	81
Tabel 4.18	Hasil Uji Nilai Q-Square	81
Tabel 4.18	Hasil Uji Hipotesis	83

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1	Populasi Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia (2021)	2
Gambar 1.2	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2015-2025)	2
Gambar 1.3	Perkembangan Digital Healthcare di Indonesia	3
Gambar 1.4	Pencapaian Prodia Mobile	5
Gambar 1.5	Hasil Pra Survey	8
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen	14
Gambar 2.2	Tahapan Keputusan Pembelian	26
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual	42
Gambar 4.1	Logo Perusahaan Aplikasi Prodia Mobile	63
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS	73
Gambar 4.2	Hasil Uji Bootstrapping	82



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Kuisisioner Survei Awal	
Lampiran 2	Kuisisioner Penelitian	
Lampiran 3	Data Penelitian	
Lampiran 4	Hasil Output SmartPLS 3.0	
Lampiran 5	Tabel Signifikansi	



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA