

**Pengaruh E-WOM, Kualitas Produk, Sikap, Norma Subjektif,
dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap Niat Beli *Fashion*
Muslim pada *E-Commerce* Shopee**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Sabrina Fortunata
NIM : 43118010402

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2023

**Pengaruh E-WOM, Kualitas Produk, Sikap, Norma Subjektif,
dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap Niat Beli *Fashion*
Muslim pada *E-Commerce* Shopee**

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



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Sabrina Fortunata
NIM : 43118010402

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sabrina Fortunata

NIM : 43118010402

Program Studi : S1 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, 14 Juni 2023



Sabrina Fortunata

NIM : 43118010402

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sabrina Fortunata
NIM : 43118010402
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh E-WOM, Kualitas Produk, Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap Niat Beli Fashion Muslim pada E-Commerce Shopee
Tanggal Sidang : 11 Agustus 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Ali Hanafiah, SE., MM

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 08232681



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta, dengan judul “**Pengaruh E-WOM, Kualitas Produk, Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap Niat Beli Fashion Muslim pada E-Commerce Shopee**”.

Peneliti menyadari dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Ali Hanafiah, SE., MM, DBA. selaku dosen pembimbing proposal skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis.

Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Plt. Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa, SE., MM., selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Parwoto, ST., MM., selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir.
6. Kedua orang tua tercinta Ibu Reflinda dan Bapak Hendra Yusa yang selalu memberikan doa, dorongan, dukungan, motivasi dan inspirasi, pengertian, dan kasih sayang yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moral maupun material.
7. Bapak Dr. Endi Rekarti, SE, ME. selaku dosen metodologi penelitian yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan saran-saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.
8. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
9. Bapak dan ibu di bagian administrasi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala administrasi selama perkuliahan.
10. Kak Shindy dan Nazila Laylatushufa yang selalu memberikan semangat, motivasi dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini. Serta seluruh

teman-teman mahasiswa Manajemen S1 Angkatan 2018 yang selalu memberikan pengetahuan tentang ilmu-ilmu selama duduk di bangku kuliah dan dalam penyusunan proposal skripsi.

11. Maulana Awaludin terima kasih sudah selalu ada dan menyemangati penulis. Serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan doanya selama dalam penulisan skripsi ini.

12. Teman-teman yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama mengerjakan skripsi ini.

13. *Last but not least, i wanna thank me, for believing, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi 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 peneliti selanjutnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam tugas akhir ini. Terima kasih.

Jakarta, 14 Juni 2023


Sabrina Fortunata

NIM : 43118010402

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Manajemen Pemasaran.....	15
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	15
b. Perilaku Konsumen.....	16
2. Generasi Y dan Generasi Z	17
3. <i>E-Commerce</i>	20
4. Niat Beli	22
5. <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	23
6. Kualitas Produk.....	26
7. <i>Theory Planned of Behavior</i>	29
a. Sikap (<i>Attitude</i>).....	31
b. Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>)	32
c. Kontrol Perilaku yang Dirasakan (<i>Perceived Behavioral Control</i>).....	33
8. Penelitian Terdahulu	35
B. Pengembangan Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Waktu dan Tempat Penelitian	45

B. Desain Penelitian	45
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	46
1. Definisi Variabel	46
2. Variabel Independen	46
D. Skala Pengukuran Variabel	56
E. Populasi dan Sampel	57
1. Populasi	57
2. Sampel	58
F. Metode Pengumpulan Data	59
G. Metode Analisis Data	60
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer) Model</i>	61
a. <i>Convergent Validity</i>	61
b. <i>Discriminant Validity</i>	62
c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronach Alpha's</i>	62
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	63
a. Uji Multikolinearitas (<i>Variance Inflation Factor</i>)	63
b. Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Path Coefficients</i>)	64
c. Nilai <i>R-square</i>	65
d. <i>Effect Size (f²)</i>	65
e. <i>Prediction Relevance (Q²)</i>	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
B. Karakteristik Responden	68
C. Hasil Deskriptif Variabel	70
1. Deskriptif Variabel Niat Beli (Y)	70
2. Deskriptif variabel EWOM (X1)	71
3. Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2)	73
4. Deskriptif Variabel Sikap (X3)	74
5. Deskriptif Variabel Norma Subjektif (X4)	75
6. Deskriptif Variabel Kontrol Perilaku Yang Dirasakan (X5)	77
D. Metode Analisis Data	78
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	78
a. <i>Convergent Validity</i>	79
b. <i>Discriminant Validity</i>	82

c. <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	87
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	87
a. Uji multikolinearitas (<i>Variance Inflation Factor</i>)	88
b. Nilai <i>R-Square</i>	88
c. <i>f² Effect Size</i>	90
d. <i>Prediction Relevance (Q²)</i>	91
e. Hasil Pengujian Hipotesis (<i>path coefficients</i>).....	92
E. Pembahasan Hasil Penelitian	95
1. Pengaruh EWOM (X1) terhadap Niat Beli (Y).....	95
2. Pengaruh Kualitas Produk (X2) dengan Niat Beli (Y).....	96
3. Pengaruh Sikap (X3) terhadap Niat Beli (Y)	97
4. Pengaruh Norma Subjektif (X4) terhadap Niat Beli (Y).....	97
5. Pengaruh Kontrol Perilaku yang Dirasakan (X5) terhadap Niat Beli (Y).....	98
BAB V Simpulan dan Saran	100
A. Simpulan.....	100
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 10 E-Commerce di Indonesia Tahun 2020	3
Tabel 1.2 Penjualan Kategori Produk Terlaku di Shopee dan Tokopedia pada Januari Tahun 2020	6
Tabel 1.3 Hasil Pra-survei.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	50
Tabel 3.2 Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif	62
Tabel 3.3 Rule of Thumb Realibilitas Outer Model Reflektif	63
Tabel 3.4 Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	66
Tabel 4.1 Statistik Deskripsi Sampel.....	68
Tabel 4.2 Deskriptif Variabel Niat Beli	70
Tabel 4.3 Deskriptif Variabel EWOM.....	71
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	73
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Sikap	74
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Norma Subjektif.....	75
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kontrol Perilaku yang Dirasakan	77
Tabel 4.8 <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability Results</i>	81
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	82
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i>	85
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity ((Heterotrait-Monotrait Ration (HTMT))</i> ...	86
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	88
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>R-Square</i>	89
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>f² Effect Size</i>	90
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Prediction Relevance (Q²)</i>	92
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Path Coefficients</i>).....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Nilai Transaksi dan Prediksi E-Commerce tahun 2017 – 2023	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	43
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	80
Gambar 4. 2 Hasil <i>Bootstrapping</i>	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pra-Survei	118
Lampiran 2: Kuesioner Penelitian.....	119

