

***PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH ,HARGA DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PESAN ANTAR***

**(Study Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Food)**



**Nama : Mifthatul Hani**

**Nim : 43119010121**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

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

**2023**

***ENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH ,HARGA DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PESAN ANTAR  
(Study Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Food)***

**Skripsi Diajukan Untuk Memperoleh Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Mercu Buana**



**Nama : Mifthatul Hani**

**Nim : 43119010121**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

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

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mifthatul Hani

Nim : 43119010121

Program Studi : S1 Manajemen

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 dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya .



Jakarta, 1 Agustus 2023



Mifthatul Hani

43119010121

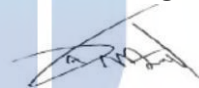
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mifthatulhani  
NIM : 43119010121  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH,  
HARGA DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PESAN ANTAR  
(study kasus pengguna layanan shopee food)  
Tanggal Sidang : 25 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Amzad Samudro, 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

LPTA 10233273



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian layanan pesan antar Shopee Food. Populasi dalam penelitian ini adalah 120 Konsumen. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience* sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner kepada Konsumen. Metode analisis data menggunakan Partial Least Square (Smart-PLS). Penelitian ini membuktikan bahwa *Electronic Word of Mouth* positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Harga Tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : *Electronic Word of Mouth*, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of Electronic Word of Mouth, Price, Service Quality on Purchase Decisions for Shopee Food delivery services. The population in this study is 120 consumers. The sampling method was carried out by convenience sampling method. The data collection method uses a survey method, with research instruments in the form of questionnaires to consumers. The data analysis method uses Partial Least Square (Smart-PLS). This study proves that Electronic Word of Mouth is positive and significant to Purchase Decisions. Price Not significant to Purchase Decision. And Service Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions.*

*Keywords: Electronic Word of Mouth, Price, Quality of Service, Purchase Decision*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* ,Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar (Study Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Food).”** Skripsi Diajukan Untuk Memperoleh Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak khususnya Bapak Amzad Samudro, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan serta pengetahuan yang bermanfaat. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal Skripsi ini terutama 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. Ph.D., selaku Kepala Program Studi Manajemen.

4. Bapak R. Joko Sugiharjo, Ir. MM, Selaku Dosen Tugas Akhir yang telah sabar, membimbing dan memberikan saran beserta motivasi kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat tersusun.
5. Bapak Agus Arijanto, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan informasi mengenai perkuliahan.
6. Bapak Dr. Dendi Anggi Gumilang, MM. Dan Ibu Febriana Mahliza, S.E., M.Si, selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberi saran dan evaluasi untuk Skripsi saya lebih baik lagi.
7. Seluruh dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya memberikan segenap ilmu pengetahuan bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
8. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Harjito. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Pintu surgaku, Ibunda Neneng Saripah. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, namun semangat motivasi serta sujudnya selalu menjadi doa untuk kesuksesan anak-anaknya.
10. Kepada cinta kasih kakak dan adik saya, Vivi Harviani S.Kep dan adik Imam Ghazali. terimakasih telah memberikan semangat, dukungan, dan



motivasi serta terimakasih telah setia meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar terbaik penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Seluruh teman-teman S1 Manajemen FEB UMB angkatan 2019 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

12. Sahabat seperjuangan Alfina Dhea Nova ,Muhammad Milki Firdaus,Khansa Labibah, Muhammad Aziz Adityarahaman,Leni Cintya,Delia Rahmawati,dan Siti Novi Nur Cahyani.

13. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Skripsi ini. Akhir kata, semoga Skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 1 Agustus 2023

Mifthatul Hani

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	15
C. Tujuan Penelitian .....	15
D. Kontribusi Penelitian.....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS. 17</b>	
A. Kajian Pustaka.....	17
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	17
2. Keputusan Pembelian.....	18
3. <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM).....	23
4. Harga.....	25
5. Kualitas Pelayanan .....	30
6. Penelitian Terdahulu .....	33
B. Pengembangan Hipotesis .....	37
1. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Konsumen.....	37
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Konsumen.....	38
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen .....	39

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	42
B. Desain Penelitian.....	42
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	43
D. Skala Pengukuran.....	41
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	52
F. Metode Pengumpulan Data .....	54
G. Metode Analisis .....	55
1. Analisis Deskriptif .....	55
2. Uji Instrumen .....	57
3. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	58
a. Pengertian Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	58
b. Menguji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	58
c. Menguji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	59
d. Hasil Pengujian Hipotesis .....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
A. Analisis Deskriptif .....	61
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	61
2. Deskripsi Responden.....	63
3. Deskripsi Variabel.....	67
B. Uji Instrumen .....	73
1. Uji validitas .....	73
2. Uji Realibitas.....	73
C. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	74
D. Pembahasan Hasil penelitian.....	88
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>90</b>
A. Simpulan .....	90
B. Saran.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 E-commerce Paling Dipercaya.....	6
Tabel 1.2 Perbandingan Tabel Harga Pengiriman, Biaya Layanan,dan Lainnya ..	10
Tabel 1.3 Pra Survey .....	12
Tabel 2.1 Tipe-tipe Keputusan Pembelian .....	19
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 3.2 Operasional Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	46
Tabel 3.3 Operasional Variabel Harga .....	48
Tabel 3.4 Operasional Variabel Kualitas Pelayanan.....	49
Tabel 3.5 Nilai Skala Likert .....	52
Tabel 4.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia .....	64
Tabel 4.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	65
Tabel 4.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	66
Tabel 4.5 Variabel <i>electronic Word of Mouth</i> (eWOM).....	67
Tabel 4.6 Variabel Harga .....	69
Tabel 4.7 Variabel Kualitas Pelayanan .....	70
Tabel 4.8 Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Convergent Validity .....	77
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	78
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)</i> .....	80
Tabel 4.12 Hasil Uji Average variance Extracted (AVE).....	80
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite reability</i> .....	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Nilai <i>R Square</i> .....	83
Tabel 4.15 Hasil Uji Nilai <i>Q Square (Q<sup>2</sup>)</i> .....	84
Tabel 4.16 Hasil T Statistics Berpengaruh .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Layanan pesan antar makanan di asia tenggara .....	2
Gambar 1.2 Peningkatan aplikasi .....	3
Gambar 1.3 Layanan pesan antar paling banyak digunakan di indonesia .....	4
Gambar 2.1 Model Kerangka Konseptual Penelitian.....	41
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS (Sebelum Modifikasi).....	75
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Setelah di Modifikasi).....	76
Gambar 4.3 Hasil <i>Bootsrapping</i> .....	85



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	98
Lampiran 2 : Deskripsi Responden.....	103
Lampiran 3 : Deskripsi Variabel.....	104
Lampiran 4: Outer Model .....	100
Lampiran 5 :Inner Model .....	115

