

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
KUALITAS INFORMASI, DAN E-WOM TERHADAP NIAT  
BELI *ONLINE***



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

**MARISA SUCIATI**  
**B 100 170 176**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

### **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS INFORMASI, DAN E-WOM TERHADAP NIAT BELI *ONLINE***

Yang ditulis dan disusun oleh:

**MARISA SUCIATI**  
**B 100 170 176**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 1 Januari 2021  
Pembimbing



**(Basworo Diby, S.E., M.Si)**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



**H. Soyanudin, M.M**  
**NIK SURAB 19510217 1986 031 001**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417  
Surakarta – 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **MARISA SUCIATI**

NIM : **B 100 170 176**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN, KUALITAS INFORMASI, DAN E-  
WOM TERHADAP NIAT BELI *ONLINE***

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 1 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,

**(MARISA SUCIATI)**

## MOTTO

*“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”*

*(Q.S. Al-Baqarah : 153)*

*“Barang siapa belum pernah merasakan pahitnya menuntut ilmu walau sesaat, ia akan menelan hinanya kebodohan sepanjang hidupnya.”*

*(Imam Syafi’i)*

*“Jika Anda tidak dapat menjelaskan sesuatu hal secara sederhana, itu artinya Anda belum cukup paham.”*

*(Albert Einstein)*

*Kehidupan itu cuma dua hari. Satu hari berpihak kepadamu dan satu hari melawanmu. Maka pada saat ia berpihak kepadamu, jangan bangga dan gegabah dan saat ia melawanmu bersabarlah. Karena keduanya adalah ujian bagimu.”*

*(Ali bin Abi Thalib)*

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur atas nikmat dan karunia Allah SWT karena dikelilingi oleh orang-orang yang luar biasa, maka saya persembahkan karya sederhana ini dengan rasa cinta dan kasih kepada:

- Allah SWT yang selalu memberi kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
- Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
- Kedua orangtua Bapak Sayuti dan Ibu Maryatun beserta Kakak saya Yenny Agung Priyati dan Adik saya Berlian Kurnia Yusuf yang telah memberikan kasih sayang, nasihat dan masukan, serta selalu mendoakan yang terbaik.
- Keluarga besar yang telah memberi dukungan dan doa.
- Pembimbing skripsi Bapak Basworo Dibyo S.E. M.Si yang telah membimbing dalam penulisan skripsi.
- Sahabat serta teman-teman semuanya yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, nikmat dan hidayah-Nya pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Dan E-Wom Terhadap Niat Beli *Online*”. Tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW karena dengan perjuangannya telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan dan telah menunjukkan pada kita jalan yang lurus demi menuju RidhoNya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Basworo Dibyo S.E. M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah membimbing dan memberikan ilmunya serta membantu dalam bidang akademik dan administrasi penulis.
6. Ibu, Bapak, Kakak serta Adik tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dukungan baik spiritual maupun material demi keberhasilan penulis.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti penting dalam penyusunan skripsi ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian, maka dari itu saran dan kritik yang membangun sangat diperlukan untuk penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Januari 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
B. Penelitian Terdahulu.....	11
C. Pengembangan Hipotesis.....	12



D. Kerangka Pemikiran .....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
A. Jenis Penelitian.....	17
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Data .....	17
C. Data dan Sumber Data.....	20
D. Metode Pengumpulan Data .....	20
E. Teknik Pengambilan Sampel .....	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	27
A. Deskripsi Responden.....	27
B. Uji Instrumen Penelitian.....	29
B. Analisis Data .....	33
D. Pembahasan.....	41
BAB V PENUTUP.....	44
A. Kesimpulan .....	44
B. Keterbatasan Masalah.....	45
C. Saran.....	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	27
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Umur Responden.....	28
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Situs Pembelian Online .....	28
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	29
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi .....	29
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel E-Wom .....	30
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Niat Beli Online .....	30
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	31
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	32
Tabel 4.10 Hasil Multikolinieritas .....	32
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	33
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	34
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	35
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	36
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) .....	37

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	16
------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Identitas Responden

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Lampiran 3. Hasil Olah Data

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh e-wom, kemudahan penggunaan, dan kualitas informasi pada kaum milenial dalam melakukan niat beli *Online* dalam berbelanja *online*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah membeli produk secara *online* lebih dari satu kali. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan beberapa variabel yaitu e-wom, kualitas informasi, kemudahan penggunaan, dan niat beli *online*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa E-Wom berpengaruh positif signifikan terhadap Niat beli *online* pembelian *online*. Kualitas informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Niat beli *online* pembelian *online*. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Niat beli *online* pembelian *online*.

**Kata Kunci:** *Niat beli online, E-Wom, kualitas informasi, kemudahan penggunaan*

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of e-wom, use, and quality of information on millennials in making online purchase intentions in online shopping. The population in this study were students of the Muhammadiyah University of Surakarta, while the sample used in this study were students who had bought products online more than once. This study used a sample of 100 respondents. Sampling in this study was conducted using purposive sampling technique and the data used were primary data in the form of a questionnaire. The data analysis method used is multiple linear analysis with several variables, namely e-wom, information quality, usage usage, and online purchase intention. Based on the results of the study, it shows that E-Wom has a significant positive effect on online purchase intentions of online purchases. The quality of information has a significant positive effect on online purchase intentions of online purchases. Ease of use has a significant positive effect on online purchase intentions.*

**Keywords:** *Intention to online buying, E-Wom, Information quality, ease of use*