

**PENGARUH EWOM DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP
NIAT BELI ULANG PADA E-COMMERCE SHOPEE**



SKRIPSI

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

Oleh:

ZELVI MAHARANI
B100170081

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

2021

HALAMAN PENGESAHAN

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

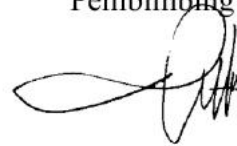
PENGARUH EWOM DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA E-COMMERCE SHOPEE

Yang ditulis dan disusun oleh:

ZELVI MAHARANI
B100170081

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 1 Mei 2021
Pembimbing



(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



H. H. Yanudin, M.M
NIDN SURABAYA 0217 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 : **ZELVI MAHARANI**

NIM : **B100170081**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH EWOM DAN KUALITAS WEBSITE
TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA E-
COMMERCE SHOPEE**

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, 2 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,

(ZELVI MAHARANI)

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 telah memberikan ridhoNya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini.
- Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan do'a dan dukungan sehingga dapat terselesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
- Bapak dan Ibu dosen yang selama ini telah memberi ilmu, bimbingan, dan dukungan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
- Teman-teman seperjuangan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah berjuang bersama, semoga kita tetap menjaga silaturahmi yang baik untuk kedepannya.
- Serta pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih telah membantu selama masa perkuliahan hingga pembuatan karya ini. Semoga bantuan kalian diberikan balasan yang layak dari Allah SWT.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, nikmat dan hidayah-Nya pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Efisiensi Dan Keamanan Web Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediating”. 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. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan 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.

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 LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Sistematika Penulisan Skripsi	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
B. Penelitian Terdahulu.....	8
C. Pengembangan Hipotesis.....	9

D. Kerangka Pemikiran.....	11
BAB III METODE PENELITIAN.....	12
A. Jenis Penelitian.....	12
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Data	12
C. Data dan Sumber Data.....	13
D. Metode Pengumpulan Data	13
E. Teknik Pengambilan Sampel	14
F. Metode Analisis Data.....	14
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
A. Deskripsi Responden.....	19
B. Deskripsi Jawaban Responden	21
C. Uji Instrumen Penelitian.....	24
D. Uji Asumsi Klasik	27
E. Analisis Data.....	29
F. Pembahasan.....	32
BAB V PENUTUP.....	35
A. Kesimpulan.....	35
B. Keterbatasan Masalah.....	35
C. Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	40

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	19
Tabel IV.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Saat Ini	20
Tabel IV.3 Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Berbelanja Online.....	20
Tabel IV.4 Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang.....	21
Tabel IV.5 Jawaban Responden Variabel Kualitas Website.....	22
Tabel IV.6 Jawaban Responden Variabel EWOM	23
Tabel IV.7 Uji KMO dan Bartlett's	24
Tabel IV.8 Tabel Komponen Matrix Telah Dirotasi.....	25
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	26
Tabel IV.10 Hasil Uji Normalitas	27
Tabel IV.11 Hasil Multikolinieritas	28
Tabel IV.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	28
Tabel IV.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	29
Tabel IV.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	30
Tabel IV.15 Hasil Uji F.....	31
Tabel IV.16 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	11
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	41
Lampiran 2. Hasil Olah Data	44

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh E-wom dan kualitas website web terhadap niat beli online. Sample dari penelitian ini adalah sebanyak 200 responden, dimana responden adalah pengguna shopee di lingkungan Universitas Muhammadiyah Surakarta yang setidaknya melakukan pembelian di shopee sebanyak dua kali dalam tiga bulan terakhir. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 25. Berdasarkan hasil statistic, maka didapatkan nilai Adjusted R Square adalah sebesar 56,9% yang berarti bahwa variable kualitas website dan E-Wom berpengaruh terhadap niat beli ulang sebesar 56,9%. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kualitas website berpengaruh terhadap niat beli online, selain itu e-wom juga berpengaruh terhadap niat beli ulang.

Kata kunci: E-Wom, Kualitas Website, Niat Beli Ulang

ABSTRACT

This study examines the effect of E-WOM and website quality on repurchase intentions. The sample of this research is 200 respondents, where the respondents are shopee users in the general public who have made at least two purchases at shopee in the last three months. The research method used in this research is Multiple Linear Regression. Data processing uses the SPSS 25 application. Based on the statistical results, the Adjusted R Square value is 56.9%, which means that the website quality and E-Wom variables affect the repurchase intention of 56.9%. The results of this study are that the quality of the website affects the intention to repurchase, besides that e-wom also affects the intention to repurchase.

Keywords: E-Wom, Website Quality, Repurchase Intention