

**PENGARUH *E-WOM*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN *CELEBRITY*
ENDORSEMENT TERHADAP NIAT BELI PADA 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:

RYAN ARISKA WIDATAMA

B100170182

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

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

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

PENGARUH *E-WOM*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP NIAT BELI PADA SHOPEE

Yang ditulis dan disusun oleh:

RYAN ARISKA WIDATAMA

B100170182

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 12 Juni 2021

Pembimbing



(Prof. Dr. H. M. Wahyuddin, M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *E-WOM*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN *CELEBRITY*
ENDORSEMENT TERHADAP NIAT BELI PADA SHOPEE**

SKRIPSI


RYAN ARISKA WIDATAMA

B 100 170 182

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji Pada Tanggal:
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.
Susunan Dewan Penguji

1. Prof Dr. Wahyudin, SE, MSi

(.....)



2. Farid Wajdi, SE, MM, PhD

(.....)



3. Mabruroh, SE, MM

(.....)



Mengetahui

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E, M.Si

NIDN: 0616087401



**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 : **RYAN ARISKA WIDATAMA**

NIM : **B100170182**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH *E-WOM*, KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT*
TERHADAP NIAT BELI PADA 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 sayaterima.

Surakarta, 12 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,

(RYAN ARISKA WIDATAMA)

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)

“You’ll Never Walk Alone.”

(Liverpool)

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:

1. Allah SWT yang telah memberikan ridhoNya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan do'a dan dukungan sehingga dapat terselesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
3. Bapak dan Ibu dosen yang selama ini telah memberi ilmu, bimbingan, dan dukungan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
4. 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.
5. 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 kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, nikmat dan hidayah-Nya pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Wom* Kemudahan Penggunaan dan *Celebrity Endorsement* Terhadap Niat Beli Pada Shopee”. 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 Prof Anton Agus setyawan, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Rini Kuswati, S.E., M.Si.,selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Prof. Dr. M. Wahyuddin selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Drs Moehammad Nasir, MM selaku pembimbing akademik.
6. 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.
7. Ibu, Bapak, Kakak serta Adik tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dukungan baik spiritual maupun material demi keberhasilan penulis.
8. Bapak Dr. H.M. Wahyuddin, M.S. dan Bapak Drs. M. Farid Wajdi, M.M. serta Ibu Dra Mabruroh, MM selaku dewan penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji sidang dan memberikan masukan bagi penulis.
9. 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, Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	28

C. Hipotesis.....	31
D. Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Waktu dan Wilayah Penelitian.....	36
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
D. Jenis dan Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Pengukuran Variabel.....	39
G. Definisi Operasional Variabel.....	40
H. Metode Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Umum.....	56
B. Deskripsi Responden.....	58
C. Analisis Data.....	60
D. Pembahasan.....	77
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Keterbatasan Masalah.....	81
C. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	58
Tabel IV.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
Tabel IV.3 Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Berbelanja Online.....	60
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Niat Beli Online (Y)	60
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Variabel E-WOM (X1)	61
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)	61
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorsement (X3)	62
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel IV.9 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel IV.10 Hasil Multikolinieritas	65
Tabel IV.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel IV.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	67
Tabel IV.13 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	69
Tabel IV.14 Hasil Uji F.....	74
Tabel IV.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 3.1 Kriteria Uji t	52
Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Uji F	54
Gambar 4.1 Kriteria Pengujian 1	69
Gambar 4.2 Kriteria Pengujian 2	71
Gambar 4.3 Kriteria Pengujian 3	72
Gambar 4.4 Kriteria Pengujian Uji F (simultan).....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	86
Lampiran 2. Hasil Uji Analisis Data.....	98

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *E-wom*, kemudahan penggunaan, dan *celebrity endorsement* terhadap niat beli online pada shopee. jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, dengan populasi mahasiswa universitas muhammadiyah surakarta. Teknik pengambilan sample menggunakan *non-probability sampling*, dengan jumlah sample sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang distribusikan melalui whatsapp secara online. Berdasarkan hasil olah data menggunakan aplikasi SPSS versi 25 diperoleh bawasannya variabel E-wom berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli pada shopee, variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli pada shopee. variabel *celebrity endorsement* berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli pada shopee. Secara simultan ketiga variabel independen tersebut mempengaruhi variabel dependen.

Kata kunci: E-wom, Kemudahan Penggunaan, Celebrity Endorsement dan Niat beli

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of E-WOM, ease of use, and celebrity support on online purchase intentions at shopee. This type of research is a quantitative study, with a student population of the University of Muhammadiyah Surakarta. The sampling technique used non-probability sampling, with a total sample of 100 respondents. The data collection technique uses a questionnaire which is distributed via whatsapp online. the results of data processing using the SPSS version 25 application obtained that the E-wom variable had a significant positive effect on purchase intention at shopee, the ease of use variable had a significant positive effect on purchase intention at shopee. The celebrity endorsement variable has a significant positive effect on purchase intention at shopee. Simultaneously the three independent variables affect the dependent variable.

Keywords: *E-wom, Ease of Use, Celebrity Endorsement and Purchase Intention*