

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH,
KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE
TOKOPEDIA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
AGUSTINA
200910011**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH,
KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE
TOKOPEDIA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
AGUSTINA
200910011**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 202**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : AGUSTINA

NPM : 200910011

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun Batam, 18 Januari 2024



AGUSTINA
200910011

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH,
KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE
TOKOPEDIA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
AGUSTINA
200910011**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 18 Januari 2024



**Dr. Wasiman, S.E., M.M.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Pengunjung marketplace Tokopedia mengalami penurunan pada setiap periode yaitu dari kuartal dua 2022 dengan total pengunjung 158.300.00 sampai kuartal tiga 2023 dengan total pengunjung 97.066.667, hal ini bisa terjadi karena faktor faktor tertentu sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap marketplace Tokopedia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh E-wom, Keamanan, Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di marketplace tokopedia. Metode penelitian kuantitatif dengan rumus *Jacob Cohen* yang jumlah responden 204 orang. Teknik *purposive sampling* dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu membagikan kuesioner dengan pengkuran skala likert. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan hasil E-wom, Keamanan dan Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada Marketplace Tokopedia di Kota Batam.

Kata Kunci: E-wom, Keamanan, Kepercayaan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Tokopedia marketplace visitors have decreased in each period, namely from the second quarter of 2022 with a total of 158,300,000 visitors to the third quarter of 2023 with a total of 97,066,667 visitors, this can happen due to certain factors that can influence the purchase decision of the Tokopedia marketplace. The purpose of this study is to find out whether there is an influence of E-wom, Security, Trust and Purchasing Decisions. Quantitative research method with Jacob Cohen's formula which total of respondents 204 people. Purposive sampling technique using data collection method is distributing questionnaires with Likert scale measurement. This study uses multiple linear regression analysis with the results of E-wom, Security and Trust has a positive and significant influence on the Tokopedia Marketplace in Batam City.

Keyword: *E-wom, Peace, Trust and Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Seluruh dosen dan staff Universitas Putera Batam yang telah membagikan ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
7. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian;
8. Teman-teman se-angkatan yang selalu memberikan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan memberikan kelancaran dalam segala hal yang dikerjakan. Amin

Batam, 18 Januari 2024

AGUSTINA



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Rumusan Masalah.....	10
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.6.2. Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Kajian Teori.....	13
2.1.1. Electronic Word Of Mouth	13
2.1.1.1. Pengertian Electronic Word Of Mouth	13
2.1.1.2. Kelas Electronic Word Of Mouth.....	14
2.1.1.3. Indikator Electronic Word Of Mouth.....	14
2.1.2. Keamanan.....	15
2.1.2.1. Pengertian Keamanan.....	15
2.1.2.2. Indikator Keamanan	15
2.1.2.3. Aspek Aspek Keamanan.....	16
2.1.3. Kepercayaan	17
2.1.3.1. Pengertian Kepercayaan.....	17
2.1.3.2. Indikator Kepercayaan.....	18
1.2.1.3. Jenis Jenis Kepercayaan.....	18
2.1.4. Keputusan Pembelian	19

2.1.4.1.	Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.1.4.2.	Faktor Faktor Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4.3.	Indikator Keputusan Pembelian.....	20
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	20
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	22
2.3.1.	Hubungan Electric Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.2.	Hubungan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.3.	Hubungan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.4.	Hubungan Electronic Word Of Mouth, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4.	Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		26
3.1.	Jenis Penelitian.....	26
3.2.	Sifat Penelitian.....	26
3.3.	Lokasi dan Periode Penelitian.....	26
3.3.1.	Lokasi Penelitian.....	26
3.3.2.	Periode Penelitian.....	27
3.4.	Populasi dan Sampel	27
3.4.1.	Populasi.....	27
3.4.2.	Sampel.....	27
3.4.3.	Teknik Penentuan Besar Sampel	28
3.4.4.	Teknik Pengambilan Sampling	29
3.5.	Sumber Data	29
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
3.7.1.	Variabel Bebas.....	30
3.7.2.	Variabel Terikat	30
3.8.	Metode Analisis Data	32
3.8.1.	Analisis Deskriptif.....	32
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	33
3.8.2.1.	Uji Validitas.....	33
3.8.2.2.	Uji Reabilitas	33
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.8.3.1.	Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.8.3.2.	Uji Multikolinearitas.....	34

3.8.3.3.	Uji Normalitas.....	35
3.8.4.	Uji Pengaruh.....	35
3.8.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.8.4.2.	Analisis Determinasi.....	36
3.9.	Uji Hipotesis	36
3.9.1.	Uji t.....	36
1.9.2.	Uji f.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.1.1.	Sejarah Objek Penelitian.....	38
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	39
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	41
4.2.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Yang Pernah Berbelanja.....	42
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden	42
4.3.1.	Deskripsi Variabel Electronic Word Of Mouth	42
1.1.1.	Deskripsi Variabel Keamanan.....	44
4.3.3.	Deskripsi Variabel Kepercayaan	45
1.4.3.	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	47
4.4.	Analisi Data	49
4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	49
4.4.2.	Hasil Uji Reliabilitas	50
4.4.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.4.3.1.	Hasil Uji Normalitas.....	50
4.4.3.2.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
4.4.3.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.4.3.4.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	53
4.4.3.5.	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	54
4.5.	Uji Hipotesis	55
4.5.1.	Hasil Uji t	55
4.5.2.	Hasil Uji f.....	56
4.6.	Pembahasan	56

4.6.1.	Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.6.2.	Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.6.3.	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.6.4.	Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.7.	Implikasi Penelitian	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		59
5.1.	Simpulan.....	59
5.2.	Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komentar di aplikasi Tokopedia.....	6
Gambar 1. 2 Komentar di aplikasi Tokopedia.....	6
Gambar 1. 3 Komentar di google play store.....	7
Gambar 1. 4 Komentar di google play store.....	8
Gambar 1. 5 Komentar di google play store.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4. 1 Logo Tokopedia	38
Gambar 4. 2 Kurva Histogram	50
Gambar 4. 3 Normal P-Plot.....	51
Gambar 4. 4 Scatterplot.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Marketplace Tokopedia	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2. 2 Lanjutan Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Periode Penelitian	27
Tabel 3. 2 Skala Likert	30
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Penelitian	31
Tabel 3. 4 Rentang Skala	32
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Penghasilan	41
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Yang Pernah Berbelanja	42
Tabel 4. 7 Electronic Word Of Mouth (X1)	42
Tabel 4. 8 Lanjutan Electronic Word Of Mouth (X1)	43
Tabel 4. 9 Keamanan (X2)	44
Tabel 4. 10 Lanjutan Keamanan (X2)	45
Tabel 4. 11 Kepercayaan (X3)	45
Tabel 4. 12 Lanjutan Kepercayaan (X3)	46
Tabel 4. 13 Lanjutan Kepercayaan (X3)	47
Tabel 4. 14 Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4. 15 Lanjutan Keputusan Pembelian	48
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 18 Kolmogorov-smirnov	51
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4. 21 Hasil Uji R^2	54
Tabel 4. 22 Hasil Uji t	55
Tabel 4. 23 Hasil Uji f	56

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 2 Rumus Product Moment	33
Rumus 3. 3 Rumus Cronbach's Alpha	34
Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda.....	35