

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE* DI  
BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Arnoldus Saputra daya**

**190610004**

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

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE* DI  
BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**Arnoldus Saputra daya**

**190610004**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Arnoldus Saputra Daya

NPM : 190610004

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "skripsi" yang saya buat dengan judul:

**"Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Batam"**

Merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan "diduplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi saya ini tidak terdapat adanya karya ilmiah ataupun pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan terdaftar didaftar pusataka.

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 12 Januari 2024



Arnoldus Saputra Daya  
190610004

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE* DI  
BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**Arnoldus Saputra daya  
190610004**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal  
seperti yang tertera dibawah ini**

**Batam, 12 Januari 2024**



**Asron Saputra, S.E., M.Si.  
Pembimbing**



**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan, terutama untuk dunia usaha yang mana adanya kemajuan ini dimanfaatkan para wirausaha yang memasarkan produknya secara online. Salah satunya memasarkan melalui marketplace shopee yang memberikan kemudahan untuk para konsumennya dalam melakukan pembelian suatu produk. Adapun tujuan dari penelitian ini guna mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee di Batam. Penelitian ini berjenis deskriptif kuantitatif. Dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 400 responden dimana pengambilan sampel ini berdasarkan populasi yang ada di Kecamatan Lubuk Baja, Kota Batam. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu *sampling purposive*. Sumber data yang digunakan yaitu melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder. Adapun teknik uji yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji realibilitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji R<sup>2</sup>, uji T dan uji F. Dari penelitian ini menunjukkan adanya hasil persamaan yaitu  $Y = 4,057 + 0,319.X_1 + 0,515X_2 + e$ . Yang mana dari hasil tersebut menjelaskan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, promosi memiliki adanya pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Dan secara simultan *electronic word of mouth* dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan besar pengaruh yang diberikan yaitu sebesar 53% sedangkan 47% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

**Kata Kunci:** *Electronic word of mouth*, Promosi, dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*Technological developments bring many changes, especially to the business world. This progress is being taken advantage of by entrepreneurs who market their products online. One of them is marketing through the Shopee marketplace which makes it easy for consumers to purchase a product. The aim of this research is to determine the influence of electronic word of mouth and promotions on purchasing decisions on the Shopee marketplace in Batam. The aim of this research is to determine the influence of electronic word of mouth and promotions on purchasing decisions on the Shopee marketplace in Batam. This research is of a quantitative descriptive type. And the sample used in this research was 400 respondents where this sampling was based on the population in Lubuk Baja District, Batam City. The sampling technique used is non-probability sampling, namely purposive sampling. The data source used is through distributing questionnaires and secondary data. The test techniques that will be used in this research are validity test, reliability test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, R<sup>2</sup> test, T test and F test. This research shows that there are equation results, namely  $Y = 4.057 + 0.319.X1 + 0.515X2 + e$ . These results explain that electronic word of mouth has a positive influence on purchasing decisions, promotions have a positive influence on purchasing decisions. And simultaneously electronic word of mouth and promotions influence purchasing decisions, with a large influence of 53% while 47% is influenced by other variables.*

**Keywords:** *Electronic word of mouth, Promotion, and Purchasing Decisions.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis persembahkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat 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 sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala kekurangan, penulis juga sadar bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi, S.Kom., M.SI. Selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang tidak pernah lelah dan selalu sabar membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Untuk papa dan mama terimakasih yang telah memberikan dukungan serta doa yang tiada henti untuk penulis, penulis harap papa dan mama selalu dalam keadaan sehat dan terima kasih sudah menjadi orang tua yang luar biasa untuk penulis.
7. Untuk kakak Emi, abang Peril dan abang Steven terima kasih sudah selalu support saya terimakasih untuk cinta dan kasih nya. Untuk tante Silehua dan tante Meri terima kasih atas bantuan dan semua kebaikan yang telah diberikan.
8. Kepada teman NBC dan temen-temen seperjuangan Manajemen 2019 terima kasih untuk semangat dan support yang diberikan selama proses penyelesaian skripsi ini.



Semoga bimbingan dan arahan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal kebajikan dan mendapat pahala yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

Batam, 12 Januari 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Arnoldus Saputra Daya', written in a cursive style.

Arnoldus Saputra Daya  
190610004



## DAFTAR PUSTAKA

<b>Halaman Sampul</b> .....	<b>i</b>
<b>Surat Pernyataan Orsinilitas</b> .....	<b>ii</b>
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi masalah .....	10
1.3. Batasan Masalah .....	11
1.4. Rumusan Masalah .....	12
1.5. Tujuan Penelitian .....	12
1.6. Manfaat Penelitian .....	12
1.6.1. Manfaat teoritis .....	13
1.6.2. Manfaat Praktis.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
2.1. Kajian Teori .....	15
2.1.1. Electronic Word Of Mouth (E-Wom) .....	15
2.1.1.1. Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-Wom) .....	15
2.1.1.2 Faktor Penentu Electronic Word of Mouth.....	16
2.1.1.3. Indikator Electronic Word of Mouth.....	17
2.1.2. Promosi .....	18
2.1.2.1. Pengertian Promosi .....	18
2.1.2.2. Alat-Alat Promosi .....	19
2.1.2.3. Tujuan Promosi .....	20
2.1.2.4. Indikator Promosi.....	21
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.2. Struktur Keputusan pembelian.....	23
2.1.3.3. Proses Keputusan Pembelian .....	25
2.1.3.4. Indikator Keputusan Pembelian .....	26
2.2. Penelitian Terdahulu .....	27
2.3. Kerangka Pemikiran.....	30
2.3.1. Hubungan <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian ....	30
2.3.2. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.3. Hubungan <i>E-WOM</i> dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	31
2.4 Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	34
3.2. Sifat Penelitian .....	34

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian .....	34
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	34
3.3.2. Periode Penelitian.....	35
3.4. Populasi dan Sample .....	35
3.4.1. Populasi.....	35
3.4.2. Teknik penentuan Besar Sampel.....	36
3.4.3. Teknik Sampling.....	37
3.5. Sumber Data.....	37
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	38
3.7. Definisi Operasional Variabel .....	38
3.7.1. Variabel Bebas (Independen Variabel).....	39
3.7.2. Variabel Terikat (Dependen Variabel).....	40
3.8. Metode Analisis Data .....	41
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	41
3.8.2. Uji Kualitas Data .....	42
3.8.2.1. Uji Validitas Data .....	42
3.8.2.2. Uji Realibilitas .....	42
3.8.1.1. Uji Asumsi Klasik .....	43
3.8.1.2. Uji Normalitas .....	43
3.8.2.5. Uji Multikolinearitas .....	44
3.8.2.6. Uji Heteroskedastisitas .....	44
3.9. Uji Pengaruh.....	45
3.9.1. Analisis Regresi Linear Berganda .....	45
3.9.3. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	46
3.10. Uji Hipotesis.....	46
3.10.1. Uji T .....	46
3.10.2. Uji F.....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN &amp; PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
4.2. Analisis Karakteristik Responden .....	49
4.2.1. Jenis Kelamin Responden .....	49
4.2.2. Usia Responden.....	50
4.2.3. Pekerjaan .....	51
4.2.4. Penghasilan .....	52
4.2.5. Berapa Kali Anda Dalam Setahun Menggunakan Marketplace Shopee.....	52
4.3. Analisis Deskriptif .....	53
4.3.1. Deskriptif Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1).....	53
4.3.2. Deskriptif Variabel Promosi .....	55
4.3.3. Diskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	57
4.4 Hasil Uji Kualitas Data .....	59
4.4.1. Hasil Uji Validitas.....	59
4.4.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	61
4.5. Uji Asumsi Klasik .....	62
4.5.1. Hasil Uji Normalitas .....	62
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
4.5.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	65

4.6. Uji Pengaruh .....	66
4.6.1. Analisis Linear Berganda.....	66
4.6.2. Hasil Uji Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	68
4.7 Hasil Uji Hipotesis .....	69
4.7.1. Hasil Uji T ( Uji Signifikan secara parsial).....	69
4.7.2. Uji F ( Uji Signifikan Secara Silmutan).....	70
4.8 Pembahasan.....	71
4.8.1. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.8.2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	72
4.8.4. Pengaruh <i>E-Wom</i> , dan Promosi Sama Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.9. Implikasi Hasil Penelitian .....	73
4.9.1. Implikasi Teoritis .....	73
4.9.2. Implikasi Praktis .....	73
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>76</b>
5.1 Simpulan .....	76
5.2 Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>
Lampiran 1 – Pendukung Penelitian	
Lampiran 2 – Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3 – Surat Keterangan Penelitian	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran.....	32
<b>Gambar 4. 1</b> Histogram Regression Residual .....	62
<b>Gambar 4. 2</b> Normal P-P Plot .....	63
<b>Gambar 4. 3</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	65

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b> Data Pengguna E-commerce Di Indonesia dari Tahun 2018-2023 .....	1
<b>Tabel 1. 2</b> Top Brand Aplikasi E-Commerce Kuartal II 2023 .....	3
<b>Tabel 1. 3</b> Hasil Mini Survei Terkait Electronic Word Of Mouth dan Promosi Pada Shopee di Kota Batam Tahun 2023 .....	4
<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu .....	28
<b>Tabel 3. 1</b> Jadwal Penelitian .....	35
<b>Tabel 3. 2</b> Skala Likert .....	38
<b>Tabel 3. 3</b> Definisi variabel operasional penelitian .....	40
<b>Tabel 3. 4</b> Kriteria Analisis Deskriptif .....	41
<b>Tabel 4. 1</b> Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Jenis kelamin .....	50
<b>Tabel 4. 2</b> Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia .....	50
<b>Tabel 4. 3</b> Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Pekerjaan .....	51
<b>Tabel 4. 4</b> Distribusi Frekuensi Berdasarkan Penghasilan .....	52
<b>Tabel 4. 5</b> Distribusi Frekuensi Berdasarkan Penggunaan .....	53
<b>Tabel 4. 6</b> Distribusi Tanggapan Kuesioner Variabel Electronic Word of Mouth .....	54
<b>Tabel 4. 7</b> Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi .....	55
<b>Tabel 4. 8</b> Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian .....	57
<b>Tabel 4. 9</b> Hasil Uji Validitas .....	59
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji Reabilitas .....	61
<b>Tabel 4. 11</b> Uji One-Sampel Kolmogorov-Smornov Test .....	63
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji multikolinearitas .....	64
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Glesjer .....	66
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji Analisis Linear Berganda .....	67
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Analisis Uji Determinasi .....	68
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji T .....	69
<b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji F .....	70

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3. 1</b> Rumus Slovin .....	36
<b>Rumus 3. 2</b> Pearson Product Moment.....	42
<b>Rumus 3. 3</b> Cronbach Alpha.....	43
<b>Rumus 3. 4</b> Regresi Linear Berganda .....	45
<b>Rumus 3. 5</b> Uji T .....	46
<b>Rumus 3. 6</b> Uji F.....	47