

**PENGARUH *E-WOM*, KEPERCAYAAN DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUKALAPAK DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Walina Yenita Br Siahaan
210910083**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH *E-WOM*, KEPERCAYAAN DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUKALAPAK DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Walina Yenita Br Siahaan
210910083**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Walina Yenita Br Siahaan

NPM : 210910083

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh *E-Wom*, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bukalapak 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, 24 Januari 2025



Walina Yenita Br Siahaan
210910083

**PENGARUH *E-WOM*, KEPERCAYAAN DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUKALAPAK DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Walina Yenita br Siahaan
210910083**

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

Batam, 24 Januari 2025



**Hikmah, S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Dalam era digital yang semakin maju, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli produk. *Platform e-commerce* seperti Bukalapak kini menjadi pilihan utama dalam berbelanja. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji sejauh mana pengaruh *E-WOM*, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada Bukalapak di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, yang melibatkan responden pengguna Bukalapak di Kota Batam pada tahun 2024. Karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, sampel diambil menggunakan rumus *Jacob Cohen*, menghasilkan 204 responden yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, serta uji pengaruh dan uji hipotesis. Hasil uji t, *E-WOM* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, kemudahan penggunaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan bahwa *E-WOM*, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan juga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *E-WOM*, Kemudahan Penggunaa, Kepercayaan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

In the increasingly advanced digital era, the development of information and communication technology has changed the way consumers make decisions to buy products. E-commerce platforms such as Bukalapak are now the main choice for shopping. The purpose of this study was to examine the extent to which E-WOM, trust, and ease of use influence purchasing decisions on Bukalapak in Batam City. This study uses a quantitative approach with a descriptive method, involving respondents who are Bukalapak users in Batam City in 2024. Because the population size is not known for certain, the sample was taken using the Jacob Cohen formula, resulting in 204 respondents selected using a purposive sampling technique. The data obtained were analyzed using data quality tests, classical assumption tests, and influence tests and hypothesis tests. The results of the t-test, E-WOM is proven to have a positive and significant partial influence on purchasing decisions, trust is proven to have a positive and significant partial influence on purchasing decisions, ease of use is proven to have a positive and significant partial influence on purchasing decisions. The results of the F test show that E-WOM, trust, and ease of use also have a positive and significant simultaneous influence on purchasing decisions.

Keywords: *E-WOM, Ease of Use, Purchasing Decisions, Trust.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (SI) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud 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 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. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 24 Januari 2025



Walina Yenita Br Siahaan



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.6.1 Secara Teoritis.....	13
1.6.2 Secara Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	15
2.1.1 <i>E-Word Of Mouth (E-WOM)</i>	15
2.1.1.1 Pengertian <i>E-Word Of Mouth (E-WOM)</i>	15
2.1.1.2 Dimensi <i>E-Word Of Mouth (E-WOM)</i>	16
2.1.1.3 Indikator <i>E-Word Of Mouth (E-WOM)</i>	19
2.1.2 Kepercayaan	20
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan	20
2.1.2.2 Faktor Kepercayaan.....	22
2.1.2.3 Indikator Kepercayaan	23
2.1.3 Kemudahan Penggunaan	24
2.1.3.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan	24
2.1.3.2 Faktor Kemudahan Penggunaan.....	26
2.1.3.3 Indikator Kemudahan Penggunaan	27
2.1.4 Keputusan Pembelian	29
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	29
2.1.4.2 Tahapan Keputusan Pembelian	31
2.1.4.3 Dimensi Keputusan Pembelian	33
2.1.4.4 Indikator Keputusan Pembelian	36
2.2 Penelitian Terdahulu	37
2.3 Kerangka Pemikiran	42
2.3.1 Pengaruh <i>E-Wom</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	43

2.3.3	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian	43
2.4	Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	46
3.2	Sifat Penelitian	46
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	47
3.3.1	Lokasi Penelitian	47
3.3.2	Periode Penelitian	47
3.4	Populasi dan Sampel	48
3.4.1	Populasi	48
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	48
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	49
3.5	Sumber Data	50
3.6	Metode Pengumpulan Data	51
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	52
3.8	Metode Analisis Data	53
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	53
3.8.2	Uji Kualitas Data	55
3.8.2.1	Uji Validitas	55
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	56
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	56
3.8.3.1	Uji Normalitas	56
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	57
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	58
3.8.4	Uji Pengaruh	58
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	58
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	59
3.9	Uji Hipotesis	60
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	60
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	63
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Terakhir Melakukan Transaksi	65
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	66
4.3.1	Deskriptif <i>E-WOM</i> (X_1)	66
4.3.2	Deskriptif Kepercayaan (X_2)	68
4.3.3	Deskriptif Kemudahan Penggunaan (X_3)	69
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	70
4.4	Analisis Data	72
4.4.1	Uji Kualitas Data	72
4.4.1.1	Uji Validitas	72

4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	75
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	76
4.4.2.1 Uji Normalitas	76
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	79
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	79
4.4.3 Uji Pengaruh.....	81
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	83
4.5 Pengujian Hipotesis	84
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	84
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	85
4.6 Pembahasan.....	86
4.6.1 Pengaruh <i>E-WOM</i> Terhadap Keputusan Pembelian	86
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	87
4.6.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.6.4 Pengaruh <i>E-WOM</i> , Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	89
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	92
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	95
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	44
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	76
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Diagram <i>Normal P-P Plot</i>	77
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Kunjungan <i>E-Commerce</i> di Indonesia Tahun 2024.....	3
Tabel 1.2 Rating Aplikasi di Google Play Store	7
Tabel 1.3 Komentar pengguna di Aplikasi Bukalapak.....	7
Tabel 1.4 Komentar pengguna di Aplikasi Bukalapak.....	8
Tabel 1.5 Komentar pengguna di Aplikasi Bukalapak.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	47
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	52
Tabel 3.3 Kategori Rentang Skala.....	55
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Terakhir Melakukan Transaksi.....	65
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	66
Tabel 4.6 Deskriptif <i>E-WOM</i>	66
Tabel 4.7 Deskriptif Kepercayaan.....	68
Tabel 4.8 Deskriptif Kemudahan Penggunaan.....	69
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4.10 Uji Validitas <i>E-WOM</i> (X1).....	72
Tabel 4.11 Uji Validitas Kepercayaan (X2)	73
Tabel 4.12 Uji Validitas Kemudahan Penggunaan (X3)	73
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	74
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	78
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas <i>Glejser</i>	81
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	82
Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	83
Tabel 4.20 Hasil Uji t (Parsial).....	84
Tabel 4.21 Hasil Uji f (Simultan).....	86

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Jacob Cohen</i>	50
Rumus 3.2 Rentang Skala	54
Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda.....	59