

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi pada Mahasiswa Pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Purwokerto)



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen S1**

**SULASTRI ANGGRAENI
1702010330**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Mahasiswa Pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

**SULASTRI ANGGRAENI
1702010330**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi yang telah bertanda tangan dibawah ini:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Agung Miftahuddin', is written over a white rectangular box.

M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si
NIK. 2160159

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Sulastri Anggraeni
NIM : 1702010330
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna *E-commerce* Shopee di Kota Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : M. Agung Miftahuddin, S.E.,M.Si

Anggota 1 : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si

Anggota 2 : Drs.Suyoto M. Si

Di tetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 27 Agustus 2021

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187

HALAMANPERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sulastri Anggraeni
NIM : 1702010330
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammdiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat, apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia bertanggungjawab sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 27 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Sulastri Anggraeni

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sulastris Anggraeni
NIM : 1702010330
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna *E-commerce* Shopee di Kota Purwokerto)**

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Mahasiswa Pengguna Shopee di Kota Purwokerto)

Bersama perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan hal ini bebas *royalty non exclusive* ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Purwokerto
Pada tanggal : 27 Agustus 2021

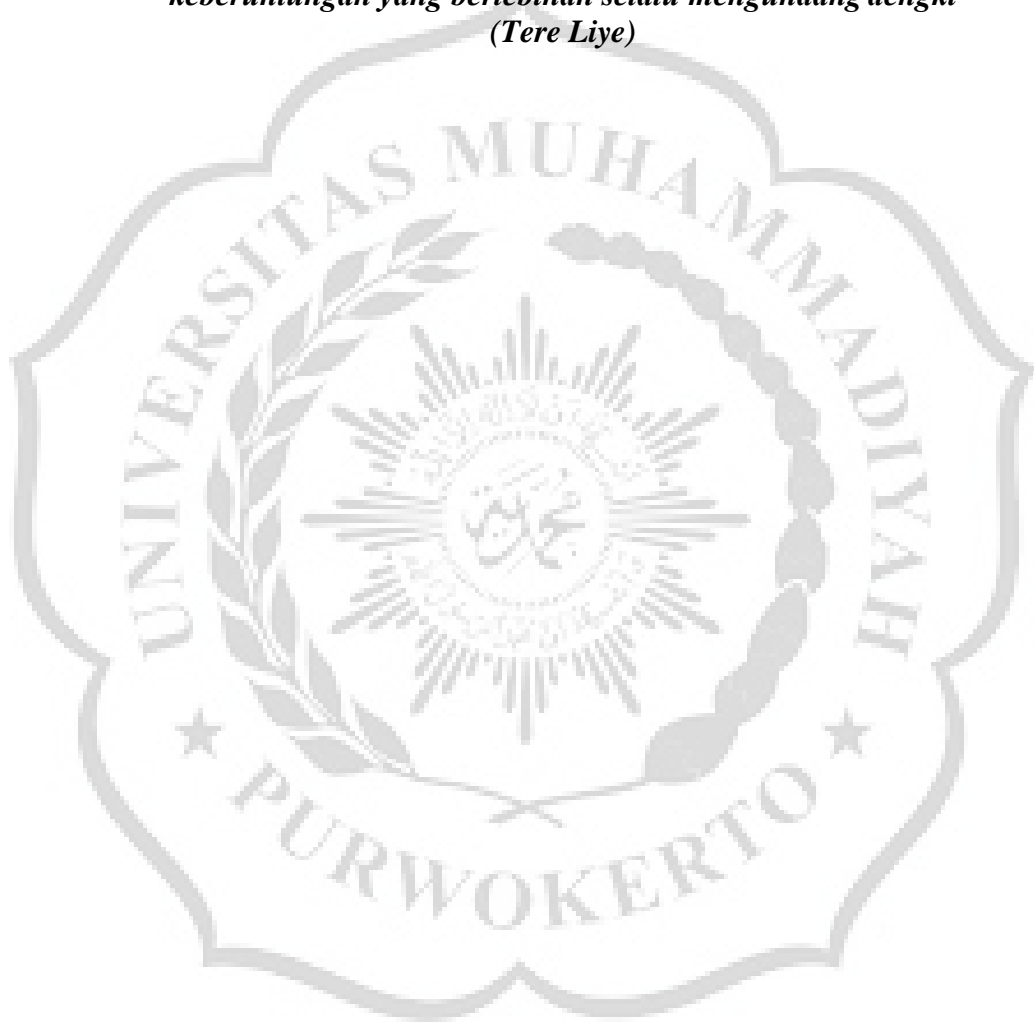


Sulastris Anggraeni

MOTTO

“Mengharapkan kesuksesan datang dari keberuntungan yang untung-untungan”

***“keberuntungan yang berlebihan selalu mengundang dengki”
(Tere Liye)***



PERSEMBAHAN



*Kupersembahkan skripsi ini kepada :
Ayah dan Ibuku tercinta (Bapak Castono dan Ibu Yuningsih) sebagai tanda
sayang, bakti, hormat, dan terima kasih dayng tidak terhingga atas kasih
sayang, kerja keras, motivasi, dan doa yang telah diberikan selama ini.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatnya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Ucapan rasa hormat dan terimakasih atas segala kepedulian mereka yang telah memberikan bantuan, kritik, saran, masukan, dorongan semangat, do'a, dukungan finansial maupun pemikiran dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu perkenankan saya secara khusus mengucapkan terimakasih kepada:

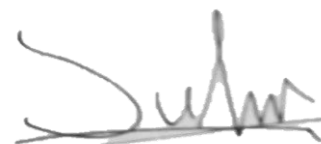
1. Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memperkenalkan mahasiswa tingkat akhir dalam menyelesaikan skripsi.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang senantiasa mendukung dan telah memberikan berbagai informasi maupun bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah turut serta dalam memberikan berbagai informasi dan bimbingan kepada mahasiswa tentang tata pelaksana penyusunan skripsi.

4. M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.
5. Ibu Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si, yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen
6. Drs. Suyoto, M.Si. yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan tenaga selama ini dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan kepada saya.
8. Kedua orang tua tercinta, Bapak Castono dan Ibu Yuningsih, terimakasih untuk segala cinta, kasih sayang, dukungan dan doa yang tak kunjung henti hingga kini dan esok untuk saya.
9. Teman-teman seperjuangan Siwi Wahyuning Palupi dan Hesti Iwen Saputri yang telah berjuang bersama dan memberikan berbagai macam kenangan baik duka maupun suka selama perkuliahan.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 27 Agustus 2021
Penulis



Sulastri Anggraeni

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI RISIKO
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Mahasiswa Pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Purwokerto)**

Sulastri Angraeni¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
angraenisulastri2@gmail.com

M. Agung Miftahuddin²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
muchammadagungm@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth*, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel *non probability sampling*, didapat melalui *purposive sampling* adalah metode penetapan sampel dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Sampel penelitian ini sebesar 130 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *electronic word of mouth*, persepsi risiko dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel persepsi risiko dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan *electronic word of mouth* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis koefisien determinasi sebesar 75,8%, sedangkan sisanya sebesar 24,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel persepsi risiko merupakan faktor yang paling pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *electronic word of mouth*, persepsi risiko, kepercayaan, keputusan pembelian

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, RISK PERCEPTION AND TRUST ON PURCHASING DECISIONS
(Studies in college student e-commerce users shopee in Purwokerto)***

Sulastri Angraeni¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
angraenisulastri2@gmail.com

M. Agung Miftahuddin²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
muchammadagungm@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of electronic word of mouth, risk perception and trust on purchasing decisions Studies in college student e-commerce users shopee in Purwokerto). This research uses quantitative research methods, non-probability sampling techniques, obtained through purposive sampling is a method of determining the sample based on certain criteria. This research sample of 130 respondents. The research method used in this study is multiple regression analysis. The results of the analysis show that partially electronic word of mouth, risk perception and trust have a significant effect on purchasing decisions, while security has no influence significant and electronic word of mouth influence negative on purchasing decisions. The result of determination coefficient analysis of 75,8%, while the rest of 24,2 % influenced by other variabels not examined in this research. Trust is the most influential factor to purchasing decisions.

Keywords: *electronic word of mouth, risk perception, trust, purchasing decisions*

DAFTAR ISI

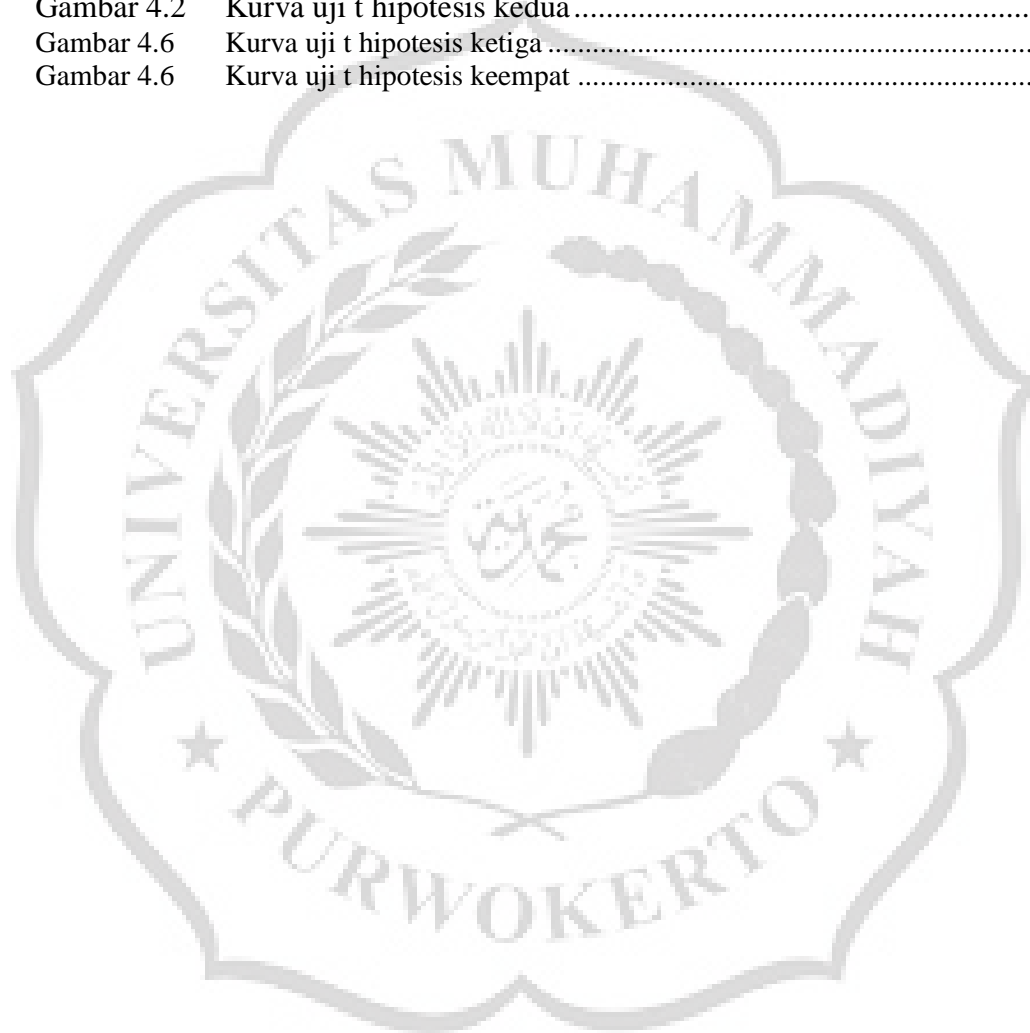
HALAMAN JUDUL.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Perilaku Konsumen.....	11
2. <i>Electronic word of mouth</i>	15
3. Persepsi Risiko.....	17
4. Kepercayaan.....	19
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis.....	33
1. Pengaruh <i>electronic word of mouth</i> (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).....	34
2. Pengaruh persepsi risiko (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).....	35
3. Pengaruh kepercayaan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).....	36
D. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Populasi dan Sampel.....	40
C. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
D. Variabel Penelitian.....	44
E. Definisi Operasional.....	45
F. Metode Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Hasil Penelitian.....	56
B. Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP.....	82
A. Simpulan.....	82
B. Keterbatasan Penelitian.....	82
C. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Jumlah Mahasiswa di tiga Perguruan Tinggi di Kota Purwokerto	41
Tabel 4.1	<i>Response Rate</i>	57
Tabel 4.2	Deskripsi Responden	58
Tabel 4.3	Nilai dari rata-rata butir pernyataan kuesioner keputusan pembelian	60
Tabel 4.4	Nilai dari rata-rata butir pernyataan kuesioner <i>electronic word of mouth</i>	62
Tabel 4.5	Nilai dari rata-rata butir pernyataan kuesioner persepsi risiko	61
Tabel 4.6	Nilai dari rata-rata butir pernyataan kuesioner kepercayaan	63
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Electronic word of mouth</i> (X1)	65
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan (X3)	65
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	66
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	68
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas dengan korelasi parsial	69
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Uji <i>Glejser</i>	70
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t	71
Tabel 4.15	Hasil Uji Determinasi	71
Tabel 4.16	Hasil Uji Simultan (F)	73
Tabel 4.17	Rekapitulasi Hasil Penelitian	74
Tabel 4.18	Rekapitulasi Hasil Penelitian	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	38
Gambar 3.1	Kurva Uji F.....	52
Gambar 3.2	Kurva Uji t Hipotesis Kedua	53
Gambar 3.3	Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	54
Gambar 3.4	Kurva Uji t Hipotesis Keempat	55
Gambar 4.1	Kurva Uji F Hipotesis Pertama.....	75
Gambar 4.2	Kurva uji t hipotesis kedua	76
Gambar 4.6	Kurva uji t hipotesis ketiga	77
Gambar 4.6	Kurva uji t hipotesis keempat	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	89
Lampiran 2	Deskripsi responden	93
Lampiran 3	<i>Response Rate</i>	97
Lampiran 4	Data Penelitian Jawaban Responden	102
Lampiran 5	Hasil Uji Statistik Deskriptif	114
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas	116
Lampiran 7	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	120
Lampiran 8	Uji Kecocokan Modal.....	122
Lampiran 9	Uji Analisis Data	123
Lampiran 10	Uji Hipotesis	124
Lampiran 11	r tabel, f tabel, t tabel	125
Lampiran 12	Dokumentasi Pembagian Kuesioner.....	131

