

**KOLABORASI RISET
DOSEN DAN MAHASISWA**

**PENGARUH NORMATIF DAN INFORMASI TERHADAP
NIAT eWOM DAN eWOM PADA PRODUK
MEREK MECCANISM PADA *ONLINE*
*MARKETPLACE SHOPEE***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

NIMAS AYUDYA RESNACYNTYA

2015210287

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2019**

**KOLABORASI RISET
DOSEN DAN MAHASISWA**

**PENGARUH NORMATIF DAN INFORMASI TERHADAP
NIAT eWOM DAN eWOM PADA PRODUK
MEREK MECCANISM PADA *ONLINE*
*MARKETPLACE SHOPEE***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

NIMAS AYUDYA RESNACYNTYA

2015210287

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2019**

PENGARUH NORMATIF DAN INFORMASI TERHADAP
NIAT eWOM dan eWOM PADA PRODUK MECCANISM
PADA MARKETPLACE SHOPEE

Diajukan Oleh :

NIMAS AYUDYA RESNACYNTYA

2015210287

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 16 Oktober 2019



(Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D)
NIDN : 0719047701

SKRIPSI

PENGARUH NORMATIF DAN INFORMASI TERHADAP
NIAT eWOM dan eWOM PADA PRODUK MECCANISM
PADA MARKETPLACE SHOPEE

Disusun Oleh :

NIMAS AYUDYA RESNACYNTYA

2015210287

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 29 Agustus 2019

Tim Penguji

Ketua : Dra. Lindiawati, M.M

Sekretaris : Burhanudin, SE.,M.Si.,Ph.D

Anggota : Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM.

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nimas ayudya resnacyntya
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 2 Juli 1996
N.I.M : 2015210287
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Normatif dan Informasi terhadap Niat
eWOM dan eWOM pada Produk Meccanism pada
Marketplace Shopee

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing

Tanggal : 16 October 2019

Tanggal : 16 October 2019



(Burhanudin, SE.,M.Si.,Ph.D)



(Burhanudin, SE.,M.Si.,Ph.D)
NIDN : 0719047701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Do not try to be same, but be better.”

PERSEMBAHAN

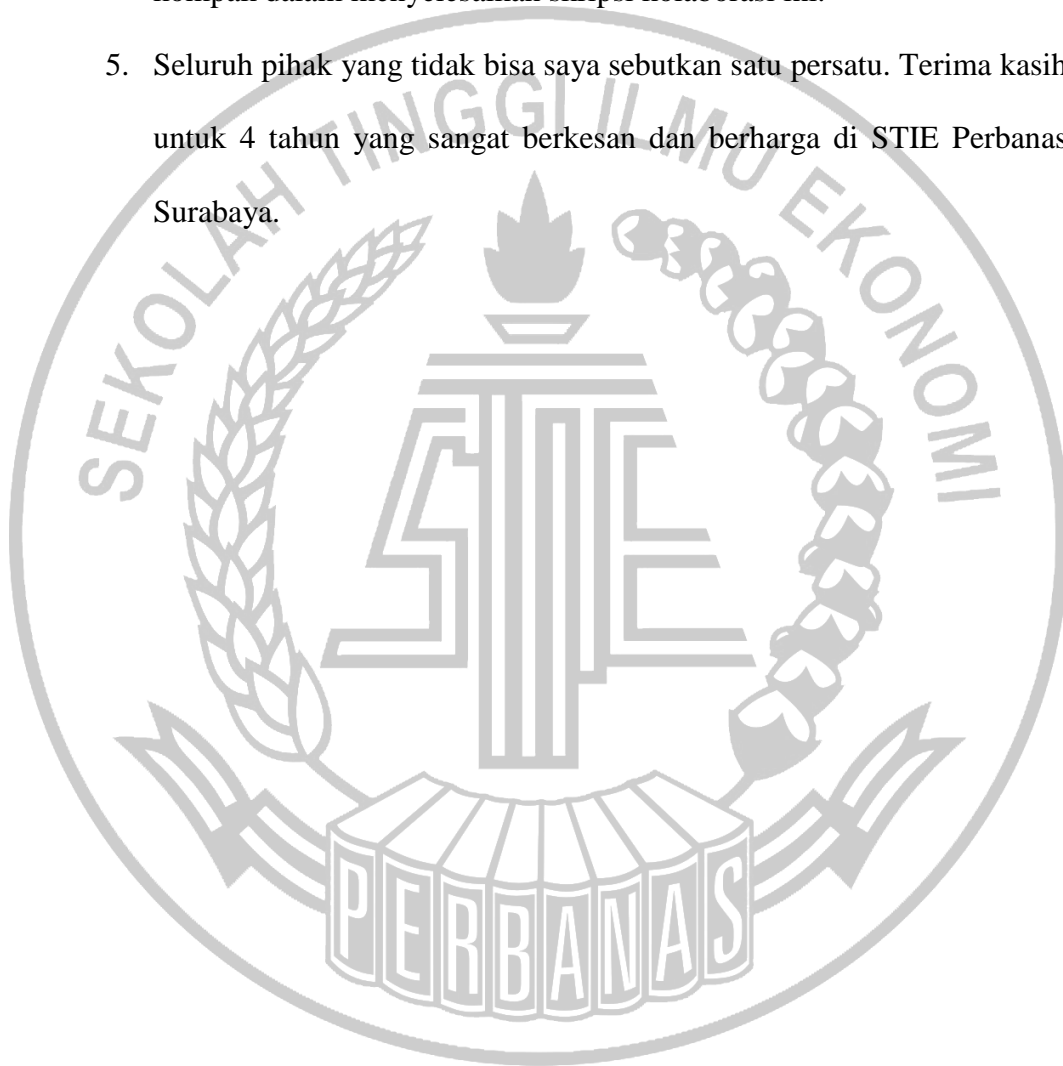
Segala syukur dan puji hanya bagi Allah SWT, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di STIE Perbanas Surabaya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Dengan tersusunnya skripsi ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. **Allah SWT.** Terima kasih karena telah memberikan rahmat, karunia, ridho, dan segala kemudahan-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. **Keluarga.** Terima kasih banyak untuk ayah dan ibu serta semua anggota keluarga yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan dukungan dalam proses pembuatan skripsi hingga sidang skripsi.
3. **Bapak Burhanudin, SE.,M.Si.,Ph.D.** Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing,

memotivasi hingga dapat menyelesaikan studi saya di STIE Perbanas Surabaya dengan tepat waktu.

4. **Rekan sekolaborasi.** Terima kasih banyak untuk Aqidhatul Amiroh, Fais Adi Nugraha, dan Fajar Lucky yang selalu menjadi rekan yang kompak dalam menyelesaikan skripsi kolaborasi ini.
5. Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk 4 tahun yang sangat berkesan dan berharga di STIE Perbanas Surabaya.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat serta karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Normatif dan Informasi terhadap Niat eWOM dan eWOM Produk Merek Meccanism pada *online Marketplace* Shopee” dengan baik dan terselesaikan. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan strata satu jurusan manajemen. Pada kesempatan ini peneliti dengan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Yudi Sutarso, S.E, M.Si selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Bapak Burhanudin, SE.,M.Si.,Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen STIE Perbanas Surabaya sekaligus Dosen Pembimbing dalam pembuatan skripsi.
3. Bapak Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M. selaku Dosen Wali
4. Seluruh dosen STIE Perbanas Surabaya beserta seluruh civitas yang telah memberi banyak pembelajaran yang sangat bermanfaat.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi terciptanya penelitian yang lebih baik

Surabaya, 12 Agustus 2019

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Rancangan Penelitian.....	24
3.2 Batasan Penelitian.....	28
3.3 Identifikasi Variabel.....	28
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.5 Instrumen Penelitian.....	31

3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	36
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	37
3.9 Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	43
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	43
4.2 Analisis Data.....	47
4.3 Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	60
5.3 Saran.....	61
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dan Peneliti Sekarang	15
Tabel 3.1 Elemen Rancangan Penelitian	27
Tabel 3.2 Tabel Interval Kelas	31
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Kuesioner	32
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.4 Rentang Interval Kelas	48
Tabel 4.5 Tanggapan Terhadap Ewom	49
Tabel 4.6 Tanggapan Terhadap Pengaruh Normatif	51
Tabel 4.7 Tanggapan Terhadap Pengaruh Informasi	52
Tabel 4.8 Tanggapan Terhadap Niat eWOM	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Peta <i>e-Commerce</i> Indonesia	2
Gambar 1.2 <i>Market Share Brand</i> Hijab Terpopuler di Indonesia	3
Gambar 1.3 <i>Review</i> Konsumen Meccanism	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Farzin Dan Fattahi (2018)	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Kunja Dan Acharyulu (2017)	12
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Soo Dan James (2016)	14
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Grafik Responden Berdasarkan Usia	44
Gambar 4.2 Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Gambar 4.3 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Gambar 4.4 Hasil Estimasi Model	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Responden

Lampiran 3 : Tabulasi Data

Lampiran 4 : Karakteristik Responden

Lampiran 5 : Tanggapan Responden

Lampiran 6 : Hasil Analisis Software



**THE INFLUENCE OF NORMATIVE AND INFORMATION ON EWOM
AND eWOM ON MECCANISM BRAND PRODUCTS
ON THE ONLINE MARKETPLACE SHOPEE**

Nimas Ayudya Resnacyntya
STIE Perbanas Surabaya
Email : *nimasayudya02@gmail.com*

ABSTRACT

This study was conducted to assess the normative influence and informational Influence toward eWOM intention and eWOM on Meccanism Brand in Shopee marketplace. To achieve this purpose, the questionnaire was developed with item measurement, which seizes the construct of the variable. This study used 200 participants and questionnaire used in collecting the data. Sampling technique used in this study was purposive sampling on product buyer of Meccanism Brand in Shopee. The results of this research showed that informational and normative influence had a significant positive effect on eWOM intention and eWOM intention influenced significantly positive toward eWOM Meccanism Brand product in Shopee marketplace.

Keywords: *Normative influence, informational Influence, eWOM intention, Ewom, Marketplace*

**PENGARUH NORMATIF DAN INFORMASI TERHADAP NIAT eWOM
DAN eWOM PADA PRODUK MEREK MECCANISM
PADA *ONLINE MARKETPLACE SHOPEE***

Nimas Ayudya Resnacyntya

2015210287

Email : nimasayudya02@gmail.com

STIE Perbanas Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai pengaruh normatif dan informasi terhadap niat eWOM dan eWOM pada produk merek Meccanism pada *marketplace* Shopee. Untuk mencapai tujuan ini, kuesioner dikembangkan dengan ukuran item yang menangkap konstruk pada variabel. Dalam studi ini menggunakan 200 responden dan metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* pada pembeli produk merek Meccanism di Shopee. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh normative berpengaruh positif signifikan terhadap niat eWOM, Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap niat eWOM, niat Ewom berpengaruh positif signifikan terhadap eWOM produk merek Meccanism di *marketplace* Shopee.

Kata Kunci: Pengaruh Normatif, Pengaruh Informasi, Niat Ewom, eWOM