

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (eWOM)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SURABAYA
(Studi terhadap Toko *Online* Zalora dan BerryBenka)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Strata Satu

Jurusan Manajemen



Oleh :

BUNGA RAMADHANI

NIM : 2011210619

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2015

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (eWOM)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SURABAYA
(Studi terhadap Toko *Online* Zalora dan BerryBenka)**

Diajukan oleh :

BUNGA RAMADHANI

2011210619

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 27 Agustus 2015



(Drs. Ec. Harry Widyantoro, M. Si.)

SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (eWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SURABAYA (Studi terhadap Toko *Online* Zalora dan BerryBenka)

Disusun Oleh

BUNGA RAMADHANI

NIM : 2011210619

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 27 Agustus 2015

Tim Penguji

Ketua : Dr.Basuki Rachmat, SE., MM



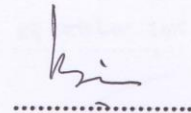
.....

Sekretaris : Drs. Ec. Harry Widiantoro., M.Si



.....

Anggota : Laila Saleh Marta, S.Psi., M.MT.



.....

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bunga Ramadhani
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 08 Maret 1993
N.I.M : 2011210619
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (eWom)
Terhadap Keputusan Pembelian Di Surabaya (Studi
Terhadap Toko *Online* Zalora dan Berrybenka)

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen

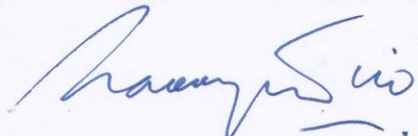
Tanggal : 28 October 2016



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T)

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 27 October 2016



(Drs. Ec. Harry Widyantoro)

MOTTO

BE HAPPY.

DO NOT LET THE SADNESS DESTROY YOU

SAY **ALHAMDULILLAH**

ON EVERYTHING

THAT HAPPENS TO YOU

AND MY SUCCESS IS ONLY

BY **ALLAH**

PERSEMBAHAN

Penyusunan skripsi ini tidak akan selesai dan menjadi lebih mudah tanpa bantuan, doa dan dukungan dari banyak pihak.

Oleh karena itu, skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Allah SWT, Yang Maha Sempurna dan Maha Segala Yang Baik yang telah memberikan segala rahmat, nikmat, kekuatan dan akal pikiran hingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
2. Orang tua yang selalu mendoakan, mendukung dan memberi semangat untuk tidak menyerah dalam setiap proses penyusunan skripsi. Semoga dengan selesainya skripsi dan pendidikan sarjana ini mampu membuat Mama dan Papa sedikit bahagia dan sedikit bangga untuk hasil yang saya dapatkan.
3. Saudara-saudaraku, Mas Bayu, Mas Bintang, Mas Prakas yang kadang membantu dan memberi hiburan di saat buntu. Mba Puput! Makasih sudah dibantu in sebar kuesioner, selalu ngingetin karena lebih was-was dan ngga tega lihat skripsiku. Dan adek yang ajaib, Pipi, makasih udah berisik.
4. Dosen pembimbing, bapak Harry Widyanoro, yang selalu memberi arahan. Berkat teguran, nasehat, dan kesabaran yang diberikan, Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Dosen wali Saya Ibu Sri Lestari dan seluruh dosen beserta civitas akademika STIE Perbanas Surabaya, terima kasih atas kebersamaan yang dilewati selama perkuliahan ini.
6. Sahabat terbaikku, yang selalu ada dan mendukung serta membantu melepaskan stress dengan ke'absurd'an mereka yang terkadang malah menambah stress. Ngga deh, bercanda, Sukses dunia akhirat, yah xob! Makasih Intan sahabatku dari sepuluh tahun lalu dan masih berlanjut sampai sekarang! Aku muak sih, tapi semoga kita sahabatan dan akur sampai nenek-nenek. Dan Riris yang selalu grogi kalau lihat taxi Orenz, semoga akalmu kembali disehatkan, nak. Semoga skripsi kalian nanti lancar, maaf aku sarjana duluan.

7. Sahabat saya dikampus, yang sudah melewati suka-duka dunia kuliah bareng, yang banyak ngedumel, dan bakalan sepi kalau ngga ada kalian, Wa Ode dan Devi, terimakasih sudah bareng-bareng sampai saat ini semoga kedepannya kita semakin baik lagi yah! Horee lulus bareng! Sekarang tinggal sukses bareng nih.
8. April!!! Kalau ngga ada kamu aku yakin skripsi ini baru sampai bab satu, makasih banyak untuk rela bantuin dan ngajarin yaaaaah. Semoga Allah membalas kebaikanmu.
9. Ria, Anggun, Lisa, dan Rose yang kadang nanyain kabar skripsi tapi bukan kabarku, tapi ngga papa kok, makasih banyak yaaah.
10. Teman – temannya mba Puput; Mba Lailina, Mba Eipam, Mba Rizkha, dan yang lainnya. Maaf ngga bisa disebutin satu-satu, tapi terimakasih sudah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, Semoga kebaikan kalian dibalas Allah SWT.
11. Teman-teman seperjuangan: Desiana, Shita, dan Mas Ogek dan seluruh angkatan 2011 yang tidak dapat disebutkan satu per satu terima kasih atas waktu dan kebersamaan selama perkuliahan.

Kepada semua pihak yang tidak dapat Saya sebutkan satu per satu, ucapan terima kasih yang singkat ini kiranya merupakan bentuk perhatian atas doa dan dukungan kepada Saya. Kiranya kita semua kelak akan mendapat kebahagiaan dan kesuksesan di jalannya masing-masing. Aamiin...

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji Syukur Kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia dan hidayah-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (eWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Di Surabaya (Studi Terhadap Toko Online Zalora Dan Berrybenka) ”.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salahsatu syarat penyelesaian program pendidikan sarjana strata satu (S1) JurusanManajemen Pemasaran STIE Perbanas Surabaya.

Pada kesempatan ini dengan penuh ketulusan hati perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang mendukung dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan dan penyelesaian skripsi, yaitu :

1. Bapak Lutfi, SE., M.Fin., selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T, selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dra.Ec. Sri Lestari Kurniawati, M.S. selaku dosen wali.
4. Bapak Drs. Ec. Harry Widyantoro, M. Si. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen yang telah membimbing penulis selama perkuliahan di STIE Perbanas Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi masih jauh dari tingkat kesempurnaan dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, untuk langkah lebih maju penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan penulis berharap penulisan skripsi ini dapat menambah pengetahuan penulis serta bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Oktober 2015

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Rancangan Penelitian.....	28
3.2 Batasan Penelitian.....	29
3.3 Identifikasi Variabel.....	29
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.6 Instrumen Penelitian.....	35
3.7 Data dan Metode Penelitian.....	38
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.9 Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	47
1.1 Gambaran Subyek Penelitian Responden.....	47
1.2 Analisis Data.....	56
1.3 Pengujian Hipotesis.....	89
1.4 Pembahasan Toko <i>online</i>	103

BAB V PENUTUP.....	116
5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Keterbatasan.....	117
5.3 Saran.....	117

DAFTAR RUJUKAN
DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Matrix Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Matrix Kisi – Kisi Kuesioner	36
Tabel 4.1 Karakteristik responden Zalora menurut Pekerjaan	49
Tabel 4.2 Karakteristik responden BerryBenka menurut Pekerjaan	50
Tabel 4.3 Karakteristik responden Zalora menurut Jenis Kelamin	51
Tabel 4.4 Karakteristik responden BerryBenka menurut Jenis Kelamin	51
Tabel 4.5 Karakteristik responden Zalora menurut Usia	52
Tabel 4.6 Karakteristik responden BerryBenka menurut Usia.....	53
Tabel 4.7 Karakteristik responden Zalora menurut Penghasilan	54
Tabel 4.8 Karakteristik responden BerryBenka menurut Penghasilan.....	55
Tabel 4.9 Karakteristik responden menurut Toko <i>Online</i> Yang Dipilih.....	56
Tabel 4.10 Interval Kelas	57
Tabel 4.11 Hasil Tanggapan Responden Zalora Terhadap Variabel Intensitas	58
Tabel 4.12 Hasil Tanggapan Responden BerryBenka Terhadap Variabel Intensitas.....	59
Tabel 4.13 Hasil Tanggapan Responden Zalora Terhadap Variabel Positif Valensi	60
Tabel 4.14 Hasil Tanggapan Responden BerryBenka Terhadap Variabel Positif Valensi.....	61
Tabel 4.15 Hasil Tanggapan Responden Zalora Terhadap Variabel Negatif Valensi.....	62
Tabel 4.16 Hasil Tanggapan Responden BerryBenka Terhadap Variabel Negatif Valensi.....	63
Tabel 4.17 Hasil Tanggapan Responden Zalora Terhadap Variabel Konten.....	64
Tabel 4.18 Hasil Tanggapan Responden Berrybenka Terhadap Variabel Konten	64

Tabel 4.19 Hasil Tanggapan Responden Zalora Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.20 Hasil Tanggapan Responden BerryBenka Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Validitas Variabel Intensitas toko online Zalora.....	69
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Validitas Variabel Intensitas toko online BerryBenka.....	70
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Validitas Variabel Positif Valensi toko online Zalora	70
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Validitas Variabel Positif Valensi toko online BerryBenka.....	71
Tabel 4.25 Hasil Pengujian Validitas Variabel Negatif Valensi toko online Zalora	71
Tabel 4.26 Hasil Pengujian Validitas Variabel Negatif Valensi toko online Berrybenka	72
Tabel 4.27 Hasil Pengujian Validitas Variabel Konten toko online Zalora	73
Tabel 4.28 Hasil Pengujian Validitas Variabel Konten toko online Zalora	73
Tabel 4.29 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian toko online Zalora	74
Tabel 4.30 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian toko online BerryBenka.....	74
Tabel 4.31 Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian toko online Zalora	75
Tabel 4.32 Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian toko online BerryBenka.....	76
Tabel 4.33 Hasil Uji Normalitas toko online Zalora	77
Tabel 4.34 Hasil Uji Normalitas toko online BerryBenka	78
Tabel 4.35 Hasil Uji Multikolinearitas toko online Zalora	79
Tabel 4.36 Hasil Uji Multikolinearitas toko online BerryBenka	80
Tabel 4.37 Hasil Uji Autokorelasi toko online Zalora	83

Tabel 4.38 Hasil Uji Autokorelasi toko online BerryBenka	84
Tabel 4.39 Hasil Perhitungan Persamaan Regresi toko online Zalora	85
Tabel 4.40 Hasil Perhitungan Persamaan Regresi toko online BerryBenka	87
Tabel 4.41 Koefisien Determinasi Simultan toko online Zalora.....	90
Tabel 4.42 Koefisien Determinasi Simultan toko online Berrybenka.....	90
Tabel 4.43 Hasil Analisis Uji Simultan(Uji F) toko online Zalora	91
Tabel 4.44 Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F) toko online BerryBenka	92
Tabel 4.45 Ringkasan Hasil Uji T Dan Koefisien Determinasi Parsial toko online Zalora	93
Tabel 4.46 Ringkasan Hasil Uji T Dan Koefisien Determinasi Parsial toko online BerryBenka.....	97
Tabel 4.47 Ringkasan Hasil Uji t Test	101

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas toko online Zalora	81
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas toko online BerryBenka.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data kuisisioner
- Lampiran 3 : Analisis Deskriptif Responden
- Lampiran 4 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel
- Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik Regresi Liner Berganda
- Lampiran 7 : Regresi Liner Berganda
- Lampiran 8 : Uji beda T test

THE IMPACT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON CONSUMERS' PURCHASING DECISIONS IN SURABAYA

Bunga Ramadhani

STIE Perbanas Surabaya

2011210619

Email: bungadhani93@gmail.com

ABSTRACT

The substantial growth in online social networks has vastly expanded the potential impact of electronic word of mouth (eWOM) on consumer purchasing decisions in Surabaya especially about fashion information. From a survey of 164 consumers about online shop "Zalora" and "BerryBenka" and a critical literature review exposed that there is four measurement scale for word of mouth (e-WOM scale) that four dimensions is: WOM intensity, positive valence WOM, negative valence WOM, and WOM content. The method which is used in this research is analysis test of multiple regression analysis and independent sample t Test. This research uses online and direct questionnaire. The final research shows that eWOM dimensions significantly influence consumer purchase decision in Surabaya. And the most dominant variable is WOM content.

Keywords: Electronic word of mouth; eWOM; online WOM; Purchase decision

