



**PENGARUH KUALITAS INFORMASI, *E-WOM*, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
PADA PENGGUNA TOKOPEDIA
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Diajukan Oleh :

DAVID MUHAMMAD SYAFAK

NIM. 2016-11-467

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**



**PENGARUH KUALITAS INFORMASI, *E-WOM*, DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
PADA PENGGUNA TOKOPEDIA
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

DAVID MUHAMMAD SYAFAK

NIM. 2016-11-467

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI, E-WOM, DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
PADA PENGGUNA TOKOPEDIA
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**


Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Pembimbing I


Nurul Rizka Arumsari, SE, MM.
NIDN. 0628048702


Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr. Kertati Sumekar, SE., MM
NIDN. 0616077304


Nurul Rizka Arumsari, SE, MM.
NIDN. 0628048702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Ingatlah, sesungguhnya kepunyaan Allah apa yang ada di langit dan di bumi.

QS. Yunus: 55

Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.

QS. Al-Mujadalah: 11

Barangsiapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga.

HR. Muslim

Persembahan :

1. Orang tua yang tersayang
2. Sahabat-sahabatku seperjuangan
3. Teman-teman seangkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus serta Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM, selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



ABSTRAKSI

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI, E-WOM, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA PENGGUNA TOKOPEDIA
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

**DAVID MUHAMMAD SYAFAK
NIM. 2016-11-467**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM
2. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis kualitas informasi, e-wom, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening pada pengguna tokopedia. penelitian ini menggunakan dua variabel endogen, yaitu keputusan pembelian dan kepercayaan pelanggan, serta tiga variabel eksogen, yaitu kualitas informasi, e-wom, dan kemudahan penggunaan. Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sedangkan sampel penelitian dalam penelitian sebesar 128 responden dengan teknik purposive sampling.

Analisis data yang digunakan (SEM) Structural Equatuion Modeling yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian kualitas informasi, e-wom, dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening

Kata kunci: kualitas informasi, e-wom, kemudahan penggunaan, keputusan pembelian, kepercayaan pelanggan

ABSTRACT

THE EFFECT OF INFORMATION QUALITY, E-WOM, AND EASY OF USE ON PURCHASE DECISIONS WITH CUSTOMER TRUST AS INTERVENING VARIABLES ON TOKOPEDIA USERS (CASE STUDY OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MURIA KUDUS UNIVERSITY)

DAVID MUHAMMAD SYAFAK

NIM. 2016-11-467

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM
2. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT**

This study aims to analyze the quality of information, e-wom, and ease of use on purchasing decisions with customer trust as an intervening variable for Tokopedia users. This study uses two endogenous variables, namely purchasing decisions and customer trust, as well as three exogenous variables, namely information quality, e-wom, and ease of use. In this study data collection using a questionnaire method. While the research sample in this study amounted to 128 respondents with purposive sampling technique.

Analysis of the data used (SEM) Structural Equatuion Modeling which is operated through the AMOS program. The results of the research on the quality of information, e-wom, and ease of use have a positive and significant effect on purchasing decisions with customer trust as an intervening variable.

Keywords: information quality, e-wom, ease of use, purchase decision, customer trust

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	17
1.3. Rumusan Masalah	17
1.4. Tujuan Penelitian.....	20
1.5. Manfaat Penelitian.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1. Pemasaran	22
2.2. Keputusan Pembelian	23
2.3. Kepercayaan Pelanggan	31
2.4. Kualitas Informasi	34
2.5. E-WOM.....	36
2.6. Kemudahan Penggunaan	38
2.7. Penelitian Terdahulu.....	39
2.8. Pengaruh Antar Variabel.....	42
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	48
2.10. Hipotesis.....	50

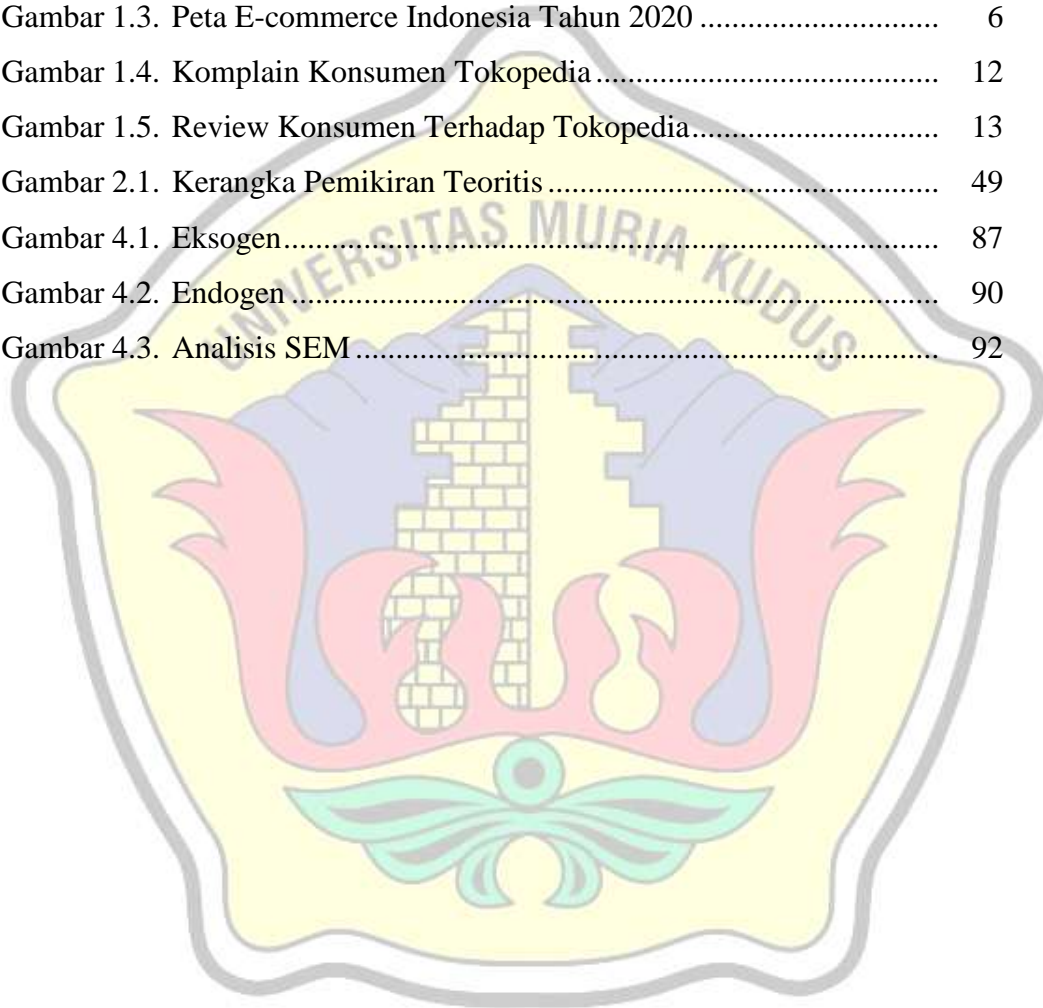
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1. Rancangan Penelitian	52
3.2. Populasi dan Sampel.....	56
3.3. Jenis dan Sumber Data	57
3.4. Pengumpulan Data.....	58
3.5. Pengolahan Data.....	60
3.6. Uji Instrumen.....	62
3.7. Teknik Analisis Data	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	75
4.2. Penyajian Data	77
4.3. Uji Instrumen.....	82
4.4. Analisis Data	84
4.5. Pembahasan.....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1. Kesimpulan.....	112
5.2. Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Top Brand Index Situs Jual Beli Online	12
Tabel 3.1. Uji <i>Goodness of Fit Indices</i>	72
Tabel 4.1. Karakteristik Responden.....	78
Tabel 4.2. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Informasi	79
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel E-WOM	79
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan	80
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	81
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Keputusan pembelian.....	82
Tabel 4.7. Uji Validitas Reliabilitas.....	83
Tabel 4.8. Uji Normalitas Data	84
Tabel 4.9. Uji Outlier	85
Tabel 4.10. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen.....	88
Tabel 4.11. <i>Loading Factors</i> (λ) Pengukuran Variabel Eksogen	89
Tabel 4.12. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen (Y).....	90
Tabel 4.13. <i>Loading Factors</i> (λ) Pengukuran Variabel Endogen (Y)	91
Tabel 4.14. Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Full Measurement</i>	93
Tabel 4.15. Regression Weights	94
Tabel 4.16. Standarized Regression Weights	94
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>).....	97
Tabel 4.18. Hasil <i>Regression Weight</i>	99
Tabel 4.19. Besar <i>Total Effect</i>	103

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Riset We Are Social dan Hootsuite soal penetrasi internet Indonesia	3
Gambar 1.2. Indikator pertumbuhan digital di Indonesia.....	4
Gambar 1.3. Peta E-commerce Indonesia Tahun 2020	6
Gambar 1.4. Komplain Konsumen Tokopedia.....	12
Gambar 1.5. Review Konsumen Terhadap Tokopedia.....	13
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	49
Gambar 4.1. Eksogen.....	87
Gambar 4.2. Endogen	90
Gambar 4.3. Analisis SEM	92



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 3. Frekuensi Data
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Analisis Data

