



**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *E-SERVICE QUALITY*,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, KEPERCAYAAN, DAN
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI JEPARA**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

CANIA AYU NOVITASARI

NIM: 202011070

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *E-SERVICE QUALITY*,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, KEPERCAYAAN, DAN
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI JEPARA**

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

Oleh:

CANIA AYU NOVITASARI

NIM: 202011070

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *E-SERVICE QUALITY*,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, KEPERCAYAAN, DAN
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI JEPARA**

Nama : Cania Ayu Novitasari
NIM : 202011070
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

Pembimbing I



(Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M)
NIDN. 0620117103

Pembimbing II



(Hatomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV
NIDN. 0619108502

**Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen**



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *E-SERVICE QUALITY*,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, KEPERCAYAAN, DAN
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI JEPARA**

Nama : Cania Ayu Novitasari
NIM : 202011070
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2024

Mengetahui
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M) **(Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M)**
NIDN. 0024037701 NIDN. 0620117103

Pembimbing I

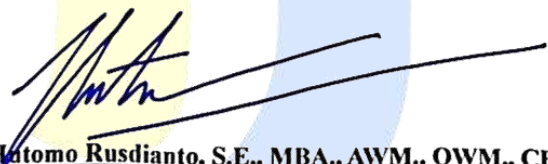


Mengetahui
Dekan



(Dwi Prati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Hatomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV)
NIDN. 0619108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

Yang terpenting bukanlah apa yang kita kejar, melainkan apa yang telah kita lakukan sejauh ini.

Persembahan:

1. Kedua orang tuaku tercinta yang selalu memberikan dukungan serta doa.
2. Sahabat dan teman seperjuanganku yang hadir dalam hidup saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING, E-SERVICE QUALITY, ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI JEPARA”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing 1, yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan penulisan skripsi.

5. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., QWM., CBV., selaku Dosen Pembimbing 2, yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
6. Seluruh bapak dan ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kepada kedua orang yang paling berjasa dan saya cintai, Bapak Noor Hadi Cahyono dan Ibu Enny Tri Harjanti. Terimakasih atas doa, cinta, support, kepercayaan dan segala bentuk yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana.
8. Kepada kedua kakak kandung saya Nindy Ayu Ningtyas dan Rinaldy Bagus Febrian, lalu kedua kakak ipar saya Muhammad Choir dan Enggar Ayang, serta kedua keponakan saya Laksita Almahyra Shazfa dan Dahayu Afrin Siya. Terimakasih atas dukungan dan doa yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Kepada Dameria, dan Anjeli selaku sahabat saya. Terimakasih telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Kepada Dara, Nenda, dan Cindy selaku teman seperjuangan saya yang selalu membantu dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
11. Kepada member BTS dan Seventeen, Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook, Choi Seungcheol, Yoon Jeonghan, Hong Jisoo, Moon Junhui, Kwon

Soonyoung, Jeon Wonwoo, Lee Jihoon, Xu Minghao, Kim Mingyu, Lee Seokmin, Boo Seungkwan, Chwe Hansol, Lee Chan yang secara tidak langsung telah menghibur dan menjadi penyemangat dengan berbagai kontennya dan telah menemani penulis dalam proses penulisan skripsi dengan lagu-lagunya.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini sera bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Kudus, 29 Juli 2024

Penulis,

Cania Ayu Novitasari

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *E-SERVICE QUALITY*,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *E-*
COMMERCE TOKOPEDIA DI JEPARA**

Cania Ayu Novitasari

202011070

Pembimbing 1 : Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M

2 : Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., QWM., CBV

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *experiential marketing*, *e-service quality*, *electronic word of mouth*, kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *e-commerce* Tokopedia di Jepara. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling sehingga menghasilkan sampel sebanyak 60 responden. Analisis data menggunakan analisis SPSS ver 29. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *experiential marketing* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *e-service quality*, *electronic word of mouth*, *kepercayaan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan secara simultan *experiential marketing*, *e-service quality*, *electronic word of mouth*, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : *Experiential Marketing*, *E-Service Quality*, *Electronic Word Of Mouth*, Kepercayaan, Kemudahan, Keputusan Pembelian.

***THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING, E-SERVICE QUALITY,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, TRUST, AND EASE ON CONSUMER
PURCHASE DECISIONS ON TOKOPEDIA E-COMMERCE IN JEPARA***

Cania Ayu Novitasari

202011070

Pembimbing 1 : Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M

2 : Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., QWM., CBV

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of experiential marketing, e-service quality, electronic word of mouth, trust and convenience on consumer purchasing decisions on Tokopedia e-commerce in Jepara. The research method used is a quantitative method. The sampling technique used purposive sampling to produce a sample of 60 respondents. Data analysis used SPSS ver 29 analysis. The results of this study indicate that partially experiential marketing has no effect on purchasing decisions, e-service quality, electronic word of mouth, trust has a positive and significant effect on purchasing decisions, ease has no effect on consumer purchasing decisions. While simultaneously experiential marketing, e-service quality, electronic word of mouth, trust and ease have an effect on consumer purchasing decisions.

Keyword: Experiential Marketing, E-Service Quality, Electronic Word Of Mouth, Trust, Ease, Purchase Decisions.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	12
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Perilaku Konsumen	16
2.1.2 Keputusan Pembelian	18
2.1.3 <i>Experiential Marketing</i>	20
2.1.4 <i>E-Service Quality</i>	22
2.1.5 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	24
2.1.6 Kepercayaan	25
2.1.7 Kemudahan.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Pengaruh Antar Variabel	32
2.3.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	32

2.3.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	32
2.3.3 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	33
2.3.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	34
2.3.5 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	34
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.5 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Rancangan Penelitian.....	38
3.2 Variabel Penelitian	38
3.2.1 Variabel Independen.....	39
3.2.2 Variabel Dependen.....	39
3.3 Definisi Operasional	39
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.5 Populasi dan Sampel.....	43
3.6 Pengumpulan Data	45
3.7 Uji Instrumen	46
3.8 Pengolahan Data	47
3.9 Analisis Data.....	48
3.9.1 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.9.3 Uji Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.2 Penyajian Data	55
4.2.1 Identitas Responden.....	55
4.2.2 Statistik Deskriptif Data Penelitian	57
4.3 Uji Instrumen	62

4.3.1 Uji Validitas	62
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	64
4.4 Analisis Data.....	64
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda	68
4.4.3 Uji Hipotesis	70
4.5 Pembahasan.....	74
4.5.1 Pengaruh Experiential marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	74
4.5.2 Pengaruh E-service quality terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	75
4.5.3 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	75
4.5.4 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	76
4.5.5 Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	77
4.5.6 Pengaruh <i>Experiential Marketing, E-service quality, Electronic word of mouth</i> , Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Keluhan onsumen terhadap pelayanan Tokopedia	7
Tabel 1. 2 Penilaian & Ulasan Negatif Tokopedia	8
Tabel 1. 3 Keluhan Konsumen Tokopedia	9
Tabel 1. 4 Keluhan konsumen terhadap penggunaan aplikasi Tokopedia.....	10
Tabel 3. 1 Skala Likert	46
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4. 2 Usia.....	55
Tabel 4. 3 Domisili Jepara.....	56
Tabel 4. 4 Pengguna Tokopedia	56
Tabel 4. 5 Deskripsi Hasil Penelitian Experiential Marketing	57
Tabel 4. 6 Deskripsi Hasil Penelitian E-Service Quality	58
Tabel 4. 7 Deskripsi Hasil Penelitian Electronic Word Of Mouth	59
Tabel 4. 8 Deskripsi Hasil Penelitian Kepercayaan	60
Tabel 4. 9 Deskripsi Hasil Penelitian Kemudahan.....	60
Tabel 4. 10 Deskripsi Hasil Penelitian Keputusan Pembelian	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolonieritas.....	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji Autokorelasi.....	68
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel 4. 18 Hasil Uji t	71
Tabel 4. 19 Hasil Uji F	73
Tabel 4. 20 Hasil Koefisien Determinasi (R Square).....	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Pengunjungan E-Commerce	4
Gambar 1. 2 Data Kunjungan Situs Per bulan 2023	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36

