



**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP MINAT BELI PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
(STUDI KASUS PADA MAHASIWA FEB UPNVJ)**

SKRIPSI

CANDRA DEWA WIJAYA KUSUMA 1910111062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**



**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP MINAT BELI PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
(STUDI KASUS PADA MAHASIWA FEB UPNVJ)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

CANDRA DEWA WIJAYA KUSUMA 1910111062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2022

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP MINAT BELI PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA MAHASIWA FEB UPNVJ)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Candra Dewa Wijaya Kusuma 1910111062

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 23 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM., CPM
Ketua Penguji

Diana Triwardhani, SE, MM., Ph.D
Penguji I

Lina Aryani, S.E., M.M
Penguji II (Pembimbing)

Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Siti Hidayati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 23 Desember 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Candra Dewa Wijaya Kusuma

NIM. : 1910111062

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 9 Desember 2022

Yang menyatakan,



Candra Dewa Wijaya Kusuma

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Candra Dewa Wijaya Kusuma
NIM. : 1910111062
Fakultas : Ekonomi & Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP MINAT BELI PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
(STUDI KASUS PADA MAHASIWA FEB UPNVJ)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 23 Desember 2022
Yang menyatakan,



Candra Dewa Wijaya Kusuma

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, AND E-SERVICE QUALITY ON
PURCHASE INTENTION IN E-COMMERCE TOKOPEDIA
(CASE STUDY ON FEB UPNVJ STUDENTS)***

By Candra Dewa Wijaya Kusuma

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine whether there is an influence between *social media marketing*, *electronic word of mouth* and *e-service quality* on purchase intention in e-commerce Tokopedia (a case study on FEB UPNVJ students). This study used 100 respondents, with purposive sampling technique. The analysis technique used is the path analysis method and data processing is done through SmartPLS 4.0. The results of the test obtained (1) *social media marketing* has a positive and significant effect on purchase intention in *e-commerce* Tokopedia at FEB UPNVJ. (2) *electronic word of mouth* has a positive and significant effect on purchase intention in *e-commerce* Tokopedia at FEB UPNVJ. (3) *E-service quality* has no effect on purchase intention in *e-commerce* at FEB UPNVJ.

Keywords: *social media marketing, e-wom, e-service quality, and purchase intention.*

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP MINAT BELI PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
(STUDI KASUS PADA MAHASIWA FEB UPNVJ)**

Oleh Candra Dewa Wijaya Kusuma

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel *social media marketing*, *electronic word of mouth* dan *e-service quality* terhadap minat beli pada *e-commerce* Tokopedia (Studi kasus pada mahasiswa FEB UPNVJ). Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 100 orang, dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan yaitu metode path analisis dan pengolahan data dilakukan melalui SmartPLS 4.0. Hasil dari pengujian diperoleh (1) *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *e-commerce* Tokopedia di FEB UPNVJ. (2) *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *e-commerce* Tokopedia di FEB UPNVJ. (3) *E-service quality* tidak berpengaruh terhadap minat beli pada *e-commerce* Tokopedia di FEB UPNVJ.

Kata Kunci: *social media marketing*, *e-wom*, *e-service quality*, dan minat beli.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023**

Hari ini Jumat , tanggal 23 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Candra Dewa Wijaya Kusuma

No.Pokok Mahasiswa : 1910111062

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth, Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UPNVJ)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM.,CPM	Ketua	1.
2	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Anggota I	2.
3	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 23 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus sampai dengan Desember 2022 dengan judul ”**Analisis Pengaruh *Social Media Marketing*, E-WOM, dan *E-Service Quality* terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Tokopedia (Studi kasus pada mahasiswa FEB UPNVJ)**”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Lina Aryani, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, adik serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan dorongan moril maupun materil serta doa dan semangat kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seseorang yang telah dengan sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis serta teman-teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Skripsi ini bermanfaat.

Jakarta, 10 Desember 2022

Candra Dewa Wijaya Kusuma

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak.....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah.....	9
I.3 Tujuan Penelitian	9
I.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
II. 1 Landasan Teori	11
II.1.1 Pemasaran	11
II.1.2 Perilaku Konsumen	12
II.1.3 E-Marketing	14
II.1.4 Minat Beli	14
II.1.5 Social Media Marketing.....	16
II.1.6 Electronic Word Of Mouth (E-WOM).....	19
II.1.7 E-Service Quality	21
II. 2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	24
II.3 Model Penelitian.....	32
II.3.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Beli.....	32
II.3.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli.....	32
II.3.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Minat Beli	32
II.4 Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN	35
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
III.1.1. Definisi Operasional	35
III.1.2 Pengukuran Variabel	36
III.2 Populasi dan Sampel	36
III.2.1 Populasi	36
III.2.2 Sampel.....	37
III.3 Teknik Pengumpulan Data	39
III.3.1. Jenis Data	39
III.3.2. Sumber Data.....	39
III.3.3. Pengumpulan Data	39
III.4 Teknik Analisis Data.....	41
III.4.1. Teknik Analisis Data Deskriptif.....	41
III.4.2 Teknis Analisis Data Inferensial	44
III.4.3 Uji Validitas	48
III.4.4 Uji Reliabilitas	48
III.4.5 Uji Hipotesis (Resampling Bootstrapping)	49
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 51
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	51
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	52
IV.2.1 Deskripsi Data Responden	52
IV.2.2 Analisis Data Deskriptif.....	55
IV.3 Uji Hipotesis dan Analisis	59
IV.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	59
IV.3.1.1 Uji Validitas Konvergen	61
2IV.3.1.2 Uji Validitas Diskriminan	63
IV.3.1.3 Uji Reliabilitas	65
IV.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	67
IV.3.2.1 Uji R Square.....	67
IV.3.2.2 Uji t-statistics	68
IV.4 Pembahasan.....	69
IV.4.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Minat Beli pada Tokopedia.....	69
IV.4.2 Pengaruh E-WOM terhadap Minat Beli pada Tokopedia.....	72
IV.4.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Minat Beli pada Tokopedia ...	76

IV.5 Keterbatasan Penelitian.....	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	81
V.1 Simpulan	81
V.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
RIWAYAT HIDUP.....	88
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. e-commerce yang paling sering digunakan tahun 2022.....	5
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	30
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	36
Tabel 4. Skala Likert	40
Tabel 5. Instrumen kisi-kisi penelitian.....	40
Tabel 6. Bobot penilaian berdasarkan Skala Likert	42
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks Responden	43
Tabel 8. Kategori Reliabilitas Nilai Alpha.....	49
Tabel 9. Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin	53
Tabel 10. Kriteria responden berdasarkan usia	53
Tabel 11. Kriteria responden berdasarkan Fakultas Ekonomi & Bisnis	54
Tabel 12. Kriteria responden berdasarkan angkatan	54
Tabel 13. Indeks tanggapan responden terhadap Minat Beli	55
Tabel 14. Indeks tanggapan responden terhadap Social Media Marketing	56
Tabel 15. Indeks tanggapan responden terhadap E-WOM	57
Tabel 16. Indeks tanggapan responden terhadap E-Service Quality.....	58
Tabel 17. Convergent Validity	61
Tabel 18. AVE (Average Variance Extracted).....	62
Tabel 19. Cross Loading	63
Tabel 20. Kriteria Fornell-Larcker	65
Tabel 21. Hasil nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	66
Tabel 22. Nilai R Square	67
Tabel 23. Hasil Uji t	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2022.....	2
Gambar 2. Aplikasi E-Commerce terbanyak dikunjungi 2021	4
Gambar 3. Trend Perbandingan e-commerce.....	5
Gambar 4. Model Penelitian Empiris.....	33
Gambar 5. Langkah-langkah PLS	45
Gambar 6. Inner Model	46
Gambar 7. Outer Model	46
Gambar 8. Diagram Jalur	47
Gambar 9. Logo E-commerce Tokopedia.....	51
Gambar 10. Outer Model Loading Factor.....	60
Gambar 11. Inner Model	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden	94
Lampiran 3. Hasil Analisis Deskriptif	107
Lampiran 4. Model Pengukuran Outer Loading	110
Lampiran 5. Hasil Output SmartPLS 4.0	110
Lampiran 6. Hasil Turnitin.....	113