



**ANALISIS PENGARUH *E-WOM*, *E-SERVICE QUALITY*, DAN  
*REPUTATION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA  
*E-COMMERCE LAZADA***

**SKRIPSI**

**BINTANG RACHMAT RABBANI**

**20111092**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2023**



**ANALISIS PENGARUH *E-WOM*, *E-SERVICE QUALITY*, DAN  
*REPUTATION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA  
*E-COMMERCE LAZADA***

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen**

**BINTANG RACHMAT RABBANI**

**20111092**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Bintang Rachmat Rabbani

NIM : 2010111092

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

Jakarta, 25 September 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow postage stamp. The stamp features a red and blue design with the number '3000' and the text 'METERAI TEMPEL' and '673CAJX982517423'.

(Bintang Rachmat Rabbani)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta,  
saya yang bertanda

tangan di bawah ini :

Nama : Bintang Rachmat Rabbani

NIM : 2010111092

Fakultas : Ekonomi dan 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 Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul :

**"ANALISIS PENGARUH *E-WOM*, *E-SERVICE QUALITY*, DAN  
*REPUTATION TERHADAP PURCHASE INTENTION* PADA *E-COMMERCE LAZADA*"**

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 : 19 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Bintang Rachmat Rabbani)

# SKRIPSI

## ANALISIS PENGARUH *E-WOM*, *E-SERVICE QUALITY*, DAN *REPUTATION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *E-COMMERCE LAZADA*

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**BINTANG RACHMAT RABBANI 2010111092**

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal : 13 Desember 2023  
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA, CWM

Ketua Penguji

Lina Arvani, S.E., M.M.

Penguji I



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.

Dekan

Dra. Bernadin Dwi M., M.M.

Penguji II (Pembimbing)

Siti Hidavati, S.E., M.M.

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 13 Desember 2023

***Analysis of the influence of E-WOM, E-Service Quality, and  
Reputation on Purchase Intention at Lazada***

*By Bintang Rachmat Rabbani*

**Abstract**

*The development of online shopping has also increased competition in e-commerce. Every e-commerce company competes in providing the best offers and services to consumers. Lazada as one of the top five e-commerce in Indonesia also feels this competition and carries out various plans and strategies in increasing consumer buying interest. This study aims to analyse and find out whether there is an influence between the variables E-WOM, E-Service Quality, and Reputation on Purchase Intention in Lazada e-commerce. Quantitative research using a sample of 100 respondents. Respondents are residents of Bekasi City and have visited or used the Lazada website and application. Nonprobability sampling method with purposive sampling technique. The analysis technique used is SEM-PLS with data processing through SmartPLS 4.0. The results of data analysis show (1) E-WOM has no effect on Purchase Intention. (2) E-Service Quality has a significant effect on Purchase Intention. (3) Reputation has a significant effect on Purchase Intention.*

***Keywords : E-WOM, E-Service Quality, Reputation, Purchase Intention***

# **Analisis pengaruh E-WOM, E-Service Quality, dan Reputatasi terhadap Purchase Intention pada E-commerce Lazada**

Oleh Bintang Rachmat Rabbani

## **Abstrak**

Semakin berkembangnya belanja online, turut meningkatkan persaingan pada *e-commerce*. Setiap perusahaan *e-commerce* bersaing dalam memberikan penawaran dan pelayanan terbaik kepada konsumen. Lazada sebagai salah satu lima besar *e-commerce* di Indonesia turut merasakan persaingan tersebut dan melakukan berbagai perencanaan dan strategi dalam meningkatkan minat beli konsumen. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis dan mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel *E-WOM*, *E-Service Quality*, dan *Reputation* terhadap *Purchase Intention* pada *ecommerce* Lazada. Penelitian dengan bentuk kuantitatif menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Responden merupakan warga Kota Bekasi dan pernah mengunjungi atau menggunakan situs dan aplikasi Lazada. Metode sampel *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM-PLS dengan pengolahan data melalui SmartPLS 4.0. Hasil analisis data menunjukkan (1) *E-WOM* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Intention*. (2) *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*. (3) *Reputation* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*.

**Kata Kunci** : *E-WOM, E-Service Quality, Reputation, Purchase Intention*



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : [www.feb.upnvj.ac.id](http://www.feb.upnvj.ac.id) , e-mail : [febupnvj@upnvj.ac.id](mailto:febupnvj@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Pada hari ini Rabu, 13 Desember 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Bintang Rachmat Rabbani  
Nomor Induk Mahasiswa : 2010111092  
Program Studi : Manajemen S.1

**"ANALISIS PENGARUH E-WOM, E-SERVICE QUALITY, DAN REPUTATION  
TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA E-COMMERCE LAZADA"**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

**Tim Penguji**

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA, CWM	Ketua	1.
2	Lina Aryani SE, MM	Anggota I	2.
3	Dra. Bernadin Dwi M, MM	Anggota II**)	3.

Catatan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 13-12 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodik Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM



## PRAKATA

Penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT, atas berkat dan karunia-Nya yang terus mengalir kepada penulis. Rasa syukur ini berasal dari hati yang tulus karena Allah SWT, Sang Maha Penolong dan Pemurah yang telah memberikan Nikmat-Nya kepada penulis dalam bentuk kemampuan dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-WOM*, *E-Service Quality*, dan *Reputation* terhadap *Purchase Intention* pada *E-Commerce* Lazada”. Pada kesempatan ini penulis turut berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu penulis dalam penyusunan ini yaitu :

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta.
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriyadi, S.Sos.i, M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen UPN “Veteran” Jakarta.
3. Ibu Siti Hidayati, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen FEB UPN “Veteran” Jakarta
4. Ibu Dra. Bernadin Dwi M, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Ibu Dr. Sri Mulyantini, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak dan Ibu saya di rumah selaku orang tua yang mendukung saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman saya yang senantiasa membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat menjadi sumbangan bagi ilmu pengetahuan dan memberikan manfaat dalam bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 25 September 2023

Bintang Rachmat Rabbani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>v</b>
<i>Abstract</i>	<b>v</b>
<b>Abstrak</b>	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>9</b>
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	9
2.1.3 Purchase Intention	10
2.1.4 E-WOM	12
2.1.5 E-Service Quality	14
2.1.6 Reputation	15
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	16
2.3 Model Penelitian	27
2.3.3 E-WOM Terhadap Purchase Intention	27

2.3.4 E-Service Quality Terhadap Purchase Intention	28
2.3.5 Reputation Terhadap Purchase Intention	28
2.4 Hipotesis Penelitian	29
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	<b>30</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
3.1.1 Definisi Operasional	30
3.1.2 Pengukuran Variabel	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1 Jenis Data	33
3.3.2 Sumber Data	33
3.3.3 Pengumpulan Data	33
3.4 Teknik Analisis Data	35
3.4.1 Teknik Analisis Data Deskriptif	36
3.4.2 Teknik Analisis Data Inferensial	37
3.4.3 Uji Validitas	42
3.4.4 Uji Reliabilitas	43
3.4.5 Uji Hipotesis	44
<b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>48</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
4.2 Deskripsi Data Penelitian	49
4.2.1 Deskripsi Data Responden	50
4.2.2 Analisis Deskriptif Data Responden	53
4.3 Analisis Inferensial dan Uji Hipotesis	57
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran	58
4.3.1.1 Uji Validitas Konvergen	59
4.3.1.2 Uji Validitas Diskriminan	60
4.3.1.3 Uji Reliabilitas	62

4.3.2 Evaluasi Model Struktural	63
4.3.2.1 Koefisien Jalur	64
4.3.2.2 Koefisien Determinasi (Uji R-Square)	66
4.3.2.3 Uji PLS-predict	67
4.4 Pembahasan	68
4.4.1 Pengaruh E-WOM terhadap Purchase Intention	68
4.4.2 Pengaruh E-Service Quality terhadap Purchase Intention	70
4.4.3 Pengaruh Reputation terhadap Purchase Intention	72
<b>BAB V : SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>75</b>
5.1 Simpulan	75
5.2 Keterbatasan Penelitian	76
5.3 Saran	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>78</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>85</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2. Pengukuran Variabel	31
Tabel 3. Skala Likert	34
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	35
Tabel 5. Indeks Skala Likert	37
Tabel 6. Cronbach's Alpha	43
Tabel 7. Indeks Variabel Purchase Intention	54
Tabel 8. Indeks Variabel E-WOM	55
Tabel 9. Indeks Variabel E-Service Quality	56
Tabel 10. Indeks Variabel Reputation	57
Tabel 11. Loading Factor	59
Tabel 12. Tabel nilai AVE	60
Tabel 13. Rasio HTMT	61
Tabel 14. Kriteria Fornell-Larcker	62
Tabel 15. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	63
Tabel 16. Koefisien Jalur, T-statistics, dan P values	65
Tabel 17. Koefisien Determinasi (R Square)	66
Tabel 18. PLS-predict (Q Square, RMSE, MAE)	67

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Data Statistik e-commerce di dunia	2
Gambar 2. Kunjungan Situs e-commerce Kuartal I	3
Gambar 3. Ulasan Aplikasi Lazada	5
Gambar 4. Model Penelitian	28
Gambar 5. Tahapan SEM-PLS	38
Gambar 6. Inner Model	39
Gambar 7. Outer Model	40
Gambar 8. Diagram Jalur	41
Gambar 9. Logo Lazada	48
Gambar 10. Diagram Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 11. Diagram Karakteristik Berdasarkan Usia	51
Gambar 12 Diagram Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	52
Gambar 13. Diagram Karakteristik Berdasarkan Domisili	53
Gambar 14. Diagram jalur dengan PLS Algorithm	58
Gambar 15. Inner Model	64

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden	89
Lampiran 3. Hasil Analisis Data Deskriptif	100
Lampiran 4. Outer Model Pada SmartPLS 4.0	103
Lampiran 5. Inner Model Pada SmartPLS 4.0	104
Lampiran 6. Output analisis SmartPLS 4.0	105
Lampiran 7. Hasil Cek Plagiarisme Turnitin	108