

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN *e-WOM* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN**

(Studi pada Mahasiswa/Mahasiswi Pengguna *E-Commerce* Shopee)

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA USAGE AND e-WOM ON TRUST
MEDIATED PURCHASE DECISION***

(Study on Students Shopee E-commerce Users)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

Ferry Putra Harda Wijaya

20170410231

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ferry Putra Harda Wijaya

Nomor Mahasiswa : 20170410231

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN *e-WOM* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN (STUDI PADA MAHASISWA/MAHASISWI PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE*)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam penulisan skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 19 Februari 2021


Ferry Putra H.


PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk semua pihak yang telah memberikan motivasi, semangat dan dukungan yang tiada henti sampai skripsi ini terselesaikan.

1. Untuk kedua orang tua, yang selalu setia mendampingi saat anaknya tidak berdaya, selalu memberikan semangat dan dukungan selama kuliah, serta tidak pernah lelah memberikan nasehat dan motivasi semangat belajar hingga akhirnya penulis selesai kuliah
2. Untuk kakaksaya, Yoga Putra Harda Tama dan Herlina Puspita Indriyanti yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis, serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama kuliah.
3. Semua teman-teman Manajemen Angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih sudah menjadi teman saat kuliah dan berbagi pengalaman serta ilmu pengetahuan yang sangat berharga.
4. Seluruh keluarga besar akademisi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya serta memberikan kesehatan, kesempatan, dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan *e-WOM* Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan (Studi Pada Mahasiswa/Mahasiswi Pengguna *E-commerce* Shopee)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil judul ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan penggunaan media sosial dan *e-WOM* agar dapat meningkatkan kepercayaan serta keputusan pembelian dan dapat menambah referensi serta memberikan ide pengembangan bagi penelitian yang akan datang.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya SE., M.Sc.,Ph.D., AK., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

2. Ibu Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada para mahasiswa Manajemen.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi, dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan bekal ilmu selama masa perkuliahan.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan didalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan, tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 19 Februari 2021



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
INTISARI.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Pengembangan Hipotesis	19
D. Model Penelitian	31
BAB III	32
METODE PENELITIAN.....	32
A. Objek, Subjek Penelitian.....	32
B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
C. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	33
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34

E. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	36
F. Uji Hipotesis dan Alat Analisis.....	37
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
B. Uji Kualitas Instrumen	47
C. Statistik Deskriptif	50
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	53
E. Pengujian Hipotesis.....	61
F. Pembahasan.....	68
BAB V	75
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	75
A. Simpulan	75
B. Keterbatasan Penelitian.....	76
C. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	84
Lampiran 4 Uji Validitas.....	85
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	86
Lampiran 6 Statistik Deskriptif.....	88
Lampiran 7 Model Penelitian.....	89
Lampiran 8 Uji Normalitas	90
Lampiran 9 Uji Outlier.....	91
Lampiran 10 <i>Degree Of Freedom</i>	93
Lampiran 11 <i>Goodness Of Fit</i>	93
Lampiran 12 Uji Hipotesis.....	94
Lampiran 13 Uji Mediasi	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>E-commerce</i> Dengan Pengunjung Terbesar Di Indonesia Kuartal IV-2018	4
Gambar 1.2 <i>E-commerce</i> Dengan Pengunjung Terbesar Di Indonesia Kuartal IV-2019	5
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.2 Model Penelitian	31
Gambar 4.1 Produk Shopee	43
Gambar 4.2 Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>).....	54
Gambar 4.3 Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	34
Tabel 3.2 Indikator Penggunaan Media Sosial	34
Tabel 3.3 Indikator <i>e-WOM</i>	35
Tabel 3.4 Indikator Kepercayaan	35
Tabel 3.5 Indikator Keputusan Pembelian	37
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi	45
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Fakultas	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Penggunaan Media Sosial	50
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>e-WOM</i>	51
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan	52
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.12 <i>Notes For Model Notes For Model (Default model) Computation of degrees of freedom (Default model)</i>	58
Tabel 4.13 Menilai <i>Goodness of Fit</i>	59
Tabel 4.14 Hubungan Antar Variabel	62
Tabel 4.15 <i>Standardized Direct Effects (Group number 1 – Default model)</i>	66
Tabel 4.16 <i>Standardized Indirect Effects (Group number 1 – Default model)</i>	66