

**PENGARUH PROMOSI IKLAN, PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN
ELEKTRONIK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Klaten)**

***THE INFLUENCE OF ADVERTISING PROMOTIONS, PERCEPTIONS OF
ELECTRONIC SERVICE QUALITY AND ELECTRONIC WORD OF
MOUTH ON BRAND IMAGE AND PURCHASING DECISIONS
IN THE SHOPEE MARKETPLACE
(Study of Shopee Users in Klaten Regency)***



Disusun Oleh :

DIANA INDAH PRAMISTI KUSUMANINGTYAS

20200410483

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH PROMOSI IKLAN, PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN
ELEKTRONIK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Klaten)**

***THE INFLUENCE OF ADVERTISING PROMOTIONS, PERCEPTIONS OF
ELECTRONIC SERVICE QUALITY AND ELECTRONIC WORD OF
MOUTH ON BRAND IMAGE AND PURCHASING DECISIONS
IN THE SHOPEE MARKETPLACE
(Study of Shopee Users in Klaten Regency)***

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

DIANA INDAH PRAMISTI KUSUMANINGTYAS

20200410483

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama: Diana Indah Pramisti Kusumaningtyas

Nim: 20200410483

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengaruh Promosi Iklan, Persepsi Kualitas Pelayanan Elektronik dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Klaten)”** tidak pernah 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 orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 10 MEI 2024



(Diana Indah Pramisti Kusumaningtyas)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna, namun penulis bersyukur telah mencapai titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat. Persembahan dan rasa terimakasih saya ucapkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan bantuan, kemudahan dan kelancaran bagi penulis dalam segala hal.
2. Kedua orang tua yang telah memberikan seluruh hidupnya untuk kebahagiaan penulis.
3. Diri sendiri yang insyaAllah akan terus berjuang dan bertahan untuk berbagai pencapaian dan kebahagiaan yang menanti dimasa depan.
4. Ibu Retno Widowati PA., SE., M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingan dengan penuh kesabaran dalam proses penyelesaian penelitian ini.
5. Keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya Program Studi Manajemen.
6. Keluarga besar Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya para staf dan seluruh jajaran struktural.
7. Seluruh makhluk yang pernah ada disisi penulis.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa syukurillah kepada Allah Ta'ala yang telah memberikan rahmat, karunia dan kemudahan dalam penulisan proposal ini dengan judul “Pengaruh Promosi Iklan, Persepsi Kualitas Pelayanan Elektronik dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee”.

Proposal ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan mata kuliah seminar proposal pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis memohon maaf apabila ada kekurangan dalam proposal ini, baik dalam penyusunan kalimat maupun dalam penjelasan.

Penyelesaian proposal ini tidak terlepas dari bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Retno Widowati PA., SE., M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan serta bimbingan dengan penuh kesabaran dalam proses penyelesaian penelitian ini.

4. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dan do'a serta ridhanya untuk menyelesaikan pendidikan.
5. Segenap dosen pengajar Program Studi Manajemen Universitas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Jajaran staf Program Studi Manajemen, staf Tata Usaha, staf Lab Manajemen, staf PPM dan Perpustakaan yang telah berjasa dalam membantu terkait penyelenggaraan perkuliahan penulis.
7. Keluarga besar Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, kemudahan, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwasanya banyak ketidaksempurnaan dalam proposal ini. Oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun sangat diperlukan untuk menyempurnakan proposal ini. Harapan penulis, proposal ini dapat bermanfaat untuk pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung.

Yogyakarta,



Diana Indah Pramisti Kusumaningtyas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
C. Pengembangan Hipotesis.....	46
D. Model Penelitian.....	59
BAB III METODE PENELITIAN.....	61
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	61
B. Jenis Data.....	61
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	62
D. Teknik Pengumpulan Data.....	64
E. Definisi Operasional Variabel.....	66
F. Uji Kualitas Instrumen.....	70
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	78

A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	78
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	83
C. Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis	86
D. Pembahasan	114
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	128
A. Simpulan	128
B. Keterbatasan Penelitian.....	130
C. Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN.....	138-194

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	280
Tabel 3. 1 Hasil Definisi Operasional Variabel	66
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	80
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	83
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel 4. 4 Interpretasi Kelas Interval	86
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Promosi Iklan	87
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Persepsi Kualitas Pelayanan Elektronik.....	88
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i>	90
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Citra Merek	92
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	93
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	97
Tabel 4. 11 Hasil <i>Bollen-Stine Bootstrap</i>	99
Tabel 4. 12 Hasil Uji Outliers	100
Tabel 4. 13 Hasil <i>Degrees of Freedom</i>	103
Tabel 4. 14 Hasil <i>Goodness of Fit</i>	104
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis	107
Tabel 4. 16 <i>Standardized Direct Indirect Effect</i>	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kunjungan <i>E-Commerce</i> di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Kunjungan <i>E-Commerce</i> Kuartal I dan II Tahun 2023	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian	60
Gambar 4. 1 Logo <i>Marketplace</i> Shopee	78
Gambar 4. 2 Diagram Alur.....	95
Gambar 4. 3 Persamaan Struktural.....	96
Gambar 4. 4 Uji <i>Outliers</i>	100
Gambar 4. 5 Model <i>Goodness of Fit</i>	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Kuisisioner Penelitian</i>	138
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	147
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	176
Lampiran 4 Uji Validitas	178
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	179
Lampiran 6 Analisis Deskriptif	181
Lampiran 7 Model Penelitian Struktural.....	183
Lampiran 8 Uji Normalitas	184
Lampiran 9 Uji Outliner.....	185
Lampiran 10 Uji Bootstrap.....	188
Lampiran 11 <i>Degree of Freedom</i>	188
Lampiran 12 <i>Goodness of Fit</i>	188
Lampiran 13 Uji Hipotesis	190
Lampiran 14 <i>Direct and Indirect</i>	191
Lampiran 15 Hasil Turnitin.....	191