

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN  
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA *MARKETPLACE SHOPEE* DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**DIO PRATAMA EFANDRI  
1610011211167**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
PADANG  
2022**

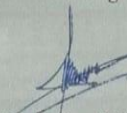
## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : DIO PRATAMA EFANDRI  
NPM : 1610011211167  
Program Study : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Elektronik Word Of Mouth dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kota Padang

Telah disetujui skripsinya dengan sesuai prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari Kamis, 24 Februari 2022.


**Pembimbing**

  
Zeshasina Rosha, S.E., M.Si

**Disetujui oleh,**

PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

  
Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Di Kota Padang**” merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat sebagian atau keseluruhan dari tulisan yang memuat kalimat, ide, gagasan atau pendapat yang berasal dari sumber lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Adapun bagian-bagian yang bersumber dari karya orang lain telah mencantumkan sumbernya sesuai dengan norma, etika dan kaidah penulisan ilmiah.

Padang, 24 Febuari 2022

**Penulis**

**Dio Pratama Efandri**



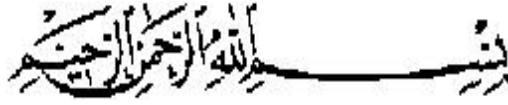
*Pelajarilah Olehmu Akan Ilmu, Sebab  
Mempelajari Itu Memberikan Rasa Takut Kepada Allah  
Menuntutnya Merupakan Ibadah  
Mengulang-Ulangnya Merupakan Tasbih  
Pembahasannya Merupakan Jihad  
Mengajarkannya Merupakan Sedekah  
Dan Menyerahkannya Kepada Kepada Yang Ahlinya,  
Merupakan Pendekatan Diri (Kepada Allah)  
(Hadist Riwayat Abdil Bart)*

*Syukur Alhamdulillah Kuucapkan Dari Lubuk Hati Yang Paling Dalam  
Kepada-Mu Ya Allah...  
Atas Yang Telah Engkau Janjikan Jadi Milikku  
Karena-Mu Ya Allah Aku Mampu Meraih Gelar Sarjana Ini  
Hari-Hari Yang Penuh Perjuangan. Diantara Tangis, Tawa Dan Canda  
Yang Menambah Pengalaman Dalam Menjalani Hidup Ini  
Takkan Mudah Bisa Terhapus Dari Ingatan Bimbingan Dan Bantuan Yang Ku Dapat  
Sehingga Akhirnya terselesaikan juga karya sederhana ini  
Hari ini merupakan langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita  
Maka dari itu aku mohon padamu Ya Allah...  
Tunjukilah aku dan bimbinglah aku menuju masa depan  
yang gemilang membahagiakan orang-orang yang  
aku cintai...*

*Puji Syukur Kehadiratmu Ya Allah...  
Dengan segala Hidayahmu Kudapat Melalui  
Detik-Detik Yang Begitu Bernilai Dalam Hidupku  
Hingga aku dapat mempersembahkan karya sederhana ini  
Sebagai tanda bukti atas kasih sayang dan pengorbanan yang tak terbalaskan  
dengan apapun juga untuk kedua orang tuaku seluruh anggota keluarga tanpa  
terkecuali Sahabat-Sahabat terbaikku yang selalu mengiringi langkahku dalam dalam  
suka dan duka memberiku motivasi dan semangat dalam mencapai cita-cita..*

**Dio Pratama Efantri S.E**

## KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullah wabarakatuh

Puji syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dalam manjalani masa perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE* DI KOTA PADANG”**

skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menempuh ujian sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang.

Segala upaya dan kemampuan yang maksimal telah penulis berikan dalam penulisan skripsi ini guna sebagai penambahan, pengembangan wawasan dan studi. Namun demikian penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan – kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca guna kesempurnaan penulisan ilmiah ini.

Dalam penelitian skripsi ini penulis banyak memperoleh dukungan motivasi, bantuan serta bimbingan dari berbagai. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga besar serta teman-teman. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan apresiasi dan ucapan

terima kasih yang sebesar-besarnya. Dengan ini diiringi rasa hormat yang mendalam penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada Allah SWT (ini adalah rahmat dan anugrah yang paling berarti dalam hidupku, Allah yang selalu menolongku, mempermudah dan melancarkan semua urusan-urusan perkuliahanku, mengabulkan semua Do'a ku, sehingga menjadikanku sebagai Sarjana Ekonomi dan manusia yang berakal dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai pedoman hidupku).
2. Teristimewa untuk kedua orang tuaku Ayah ( Efantri ) dan Ibu ( Susi Andriani ) yang selalau memberikan semangat dalam menjalani semuanya. Ibu yang telah melahirkan, membesarkan, merawat dan mendidik dengan penuh keikhlasan, penuh kasih sayang dan penuh kesabaran, serta banyak rintangan dan pengorbanan dan jerih payahnya untuk penulis, agar penulis tetap bahagia menjalani hidup ini. Ayah yang selalu marah saat aku salah, thanks dad , atas nasehat-nasehatnya menjadikanku lebih baik, dan semuanya tidak akan pernah bisa terbalas olehku, sekali lagi makasih ayah, ibu. Berkat Do'a merekalah penulis dapat mewujudkan semua cita-cita dan impian menjadi seorang Sarjana Ekonomi, beserta adik saya Gilang, Viona Melani Jufri dan Jefri Danuarta adik yang selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan dan do'a kepada saya, sehingga cita-cita saya untuk Lulus Perkuliahan tercapai.
3. Terima kasih Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
4. Terima kasih Bapak Drs. Meihendri, M.Si., Ak selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.

5. Terima kasih Ibu Lindawati, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
6. Terima kasih Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajmen Fakultas Ekonomi Univesitas Bung Hatta.
7. Terima kasih Ibu Reni zeshasina Rosha, SE., M.Si selaku dosen pembimbing , terima kasih atas semua ilmu yang ibu berikan kepada saya, baik itu selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan skripsi dengan meluangkan waktu ibu. Dorongan arahan dan petunjuk yang telah ibu berikan dari tidak tahu hingga mengetahui dan mengerti. Sekali lagi terima kasih banyak, you are the best ever mom.
8. Terima kasih kepada Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan dan kelancaran penyusunan skripsi ini.
9. Terima kasih Sahabat-sahabat Manajemen angkatan 2016 (yang telah bersama-sama bahu membahu dalam suka dan duka selama perkuliahan, semoga semua yang kita perbuat menjadi kenangan dan pengajaran dimasa yang akan datang).
10. Terima kasih juga kepada pihak yang tidak sempat penulis cantumkan satu persatu disini, bagi kalian yang penulis kenal, atau kalian yang kenal penulis kalian sudah penulis simpan dalam kenangan terindah.
11. Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua

pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua.

*Wassallammualaikum wr.wb*

Penulis, 24 Febuari 2022

**Dio Pratama Efantri**



# **PENGARUH *ELEKTRONIK WORD OF MOUTH* DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA PADANG**

**Dio Pratama Efandri<sup>1</sup>. Zeshasina Rosha<sup>2</sup>**

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: [20diopratamaefandri@gmail.com](mailto:20diopratamaefandri@gmail.com) dan [zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id](mailto:zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-wom* , dan kemudahan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee di Kota Padang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang telah melakukan pembelian pada *marketplace* Shopee. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 85 responden. Data diolah dengan menggunakan IBM SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-wom* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *marketplace* Shopee di Kota Padang. Sedangkan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *marketplace* Shopee di Kota Padang.

***Kata kunci*** : *Keputusan Pembelian, Elektronik-Word Of Mouth, Kemudahan.*

# INFLUENCE OF ELEKTRONIC WORD OF MOUTH AND EASY ON PURCHASE DECISIONS ON MARKETPLACE SHOPEE IN PADANG CITY

**Dio Pratama Efandri<sup>1</sup>. Zeshasina Rosha**

Department of Management, Faculty of Economics and Business,  
Universitas Bung Hatta

E-mail: [20diopratamafandri@gmail.com](mailto:20diopratamafandri@gmail.com) dan [zeshasina.rosha@bunghatta.ac.id](mailto:zeshasina.rosha@bunghatta.ac.id)

## ***ABSTRACT***

*This study aims to determine and analyze the effect of e-wom, product reviews and convenience on purchasing decisions on the shopee marketplace in the city of padang. This research is a quantitative research and uses primary data obtained from questionnaires. The population of this study is the people of the city of padang who have made purchases on the shopee marketplace. The sampling technique was purposive sampling with a total sample of 85 respondents. The data is processed using IBM SPSS 20. The results showed that e-wom had a positive but not significant effect on purchasing decisions through the Shopee marketplace in Padang City. Meanwhile, convenience has a positive and significant effect on purchasing decisions through the Shopee marketplace in Padang City.*

**Keywords:** *Purchase Decision, Elektronik Word Of Mouth, Ease.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2 Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	9
2.1.3 Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	11
2.2 <i>E-Wom</i> .....	13
2.2.1 Pengertian <i>E-Wom</i> .....	13
2.2.2 Dimensi <i>E-Wom</i> .....	15
2.3 Kemudahan.....	16
2.3.1 Pengertian Kemudahan.....	16
2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kemudahan dalam menggunakan teknologi.....	17
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	18
2.4.1 Pengaruh <i>E-Wom</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.4.2 Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.5 Kerangka Konseptual.....	20

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Populas dan Sampel.....	21
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.4 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
3.4.1 Keputusan Pembelian(Y).....	23
3.4.2 <i>E-Wom</i> (X1).....	23
3.4.3 Kemudahan (X2).....	24
3.5 Pengukuran Instrumen.....	25
3.6 Metode Analisa Data.....	25
3.6.1 Uji Analisis Deskriptif .....	25
3.6.2 Uji Instrumen Penelitian.....	27
1. Uji Validitas.....	27
2. Uji Reabilitas.....	27
3.6.3 Analisi Inferensial.....	28
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
3.6.5 Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	29
3.6.6 Uji Hipotesis Penelitian.....	30

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian.....	31
4.1.1 Karakteristik Responden.....	31
4.2 Analisis Deskriptif.....	34
4.3 Hasil pengujian validitas dan reabilitas.....	38
4.3.1 Uji Validitas.....	38
4.3.2 Uji Reabilitias.....	40
4.4 Analisis Inferensial.....	41
4.4.1 Analisis model regresi berganda.....	41
4.4.2 Analisis koefisien determinasi.....	43
4.4.3 Uji Hipotesis (Uji t).....	43
4.4 Pembahasan.....	44
4.5.1 <i>E-Wom</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	44

4.5.2 Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
---	----

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Keterbatasan dan Saran.....	47
5.3 Saran.....	47

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Survey Awal Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kota Padang.....	2
Tabel 3.1 Kriteria Tingkat Capaian Responden(TCR).....	29
Tabel 3.2 Kriteria Factor Loading.....	30
Tabel 4.1 Profil Responden.....	34
Tabel 4.2 Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 4.3 Electronic Word Of Mouth.....	38
Tabel 4.4 Kemudahan.....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Electronic Word Of Mouth.....	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kemudahan.....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis.....	47

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengunjung E-Commerce.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	22