

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-nya dalam penulisan tugas akhir, Selain itu tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai PENGARUH *ELECTRONIC WORD MOUTH (EWOM)*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PENGGUNA JD.ID. Melalui penelitian ini dapat diselesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Universitas Pelita Harapan. Ucapan banyak terima kasih juga peneliti ucapkan kepada Bapak Dr. Moses Laurensius P. Hutabarat, S.Kom.S.E.,M.M. Selaku dosen pembimbing peneliti yang telah selalu sabar menghadapi peneliti dan memberikan sungguh banyak masukan, ide, kritik dan juga waktu dalam guna menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi peneliti.

Dukungan moral dan materi juga banyak didapatkan oleh peneliti dari berbagai pihak dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Ibu Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Ekonomi di Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.p., M.M. selaku ketua program studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Dr. Moses Laurensius P. Hutabarat, S.Kom.S.E.,M.M, selaku dosen pembimbing di Universitas Pelita Harapan.

4. Terima kasih untuk Dr. Drs. John Tampil Purba, MM., MSCE, selaku pembimbing akademik saya yang telah membimbing saya selama saya berada di Universitas Pelita harapan.
5. Seluruh dosen, staf tata usaha, dan staf pengajar di Universitas Pelita Harapan yang berkontribusi dalam memberikan ilmu, wawasan, pengalaman, dan saran yang sungguh bermanfaat bagi peneliti selama menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan.
6. Orang tua dan seluruh anggota keluarga yang tidak berhenti mendukung, mendoakan, dan memberi motivasi kepada peneliti selama menyelesaikan program studi dan skripsi di Universitas Pelita Harapan.
7. Seluruh teman-teman yang selalu setia menemani dan mengisi hari-hari peneliti dalam masa perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang berkontribusi dan telah membantu peneliti selama masa perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti pun menyadari bahwa masih sungguh banyak kekurangan dalam skripsi ini. Sehingga peneliti menyadari bahwa masih sungguh banyak kekurangan dalam skripsi ini. Sehingga peneliti sangat terbuka dalam menerima segala bentuk kritik, saran dan masukan yang bersifat objektif dan membangun sehingga dapat bermanfaat dalam rangka memberikan wawasan yang lebih luas untuk peneliti. Atas ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas perhatiannya.

Tangerang, 25 November 2020

Yohanes Irfan Halim

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Sistematika Penelitian .....	11
<b>BAB II: LANDASAN TEORI</b> .....	<b>13</b>
2.1. E-Wom .....	13
2.2. Kemudahan Penggunaan .....	15
2.3. Kepercayaan .....	16
2.4. Keputusan Pembelian.....	18
2.5. Perumusan Hipotesis / Hubungan antar Variabel .....	21
2.5.1 Hubungan antara Variabel E-WOM dengan Keputusan Pembelian .....	21
2.5.2 Hubungan Kemudahan penggunaan dengan keputusan pembelian .....	22
2.5.3. Hubungan Kepercayaan Dengan Keputusan Pembelian.....	23
2.6. Kerangka pikir (Model Penelitian).....	24
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
3.1. Paradigma penelitian.....	26

3.2. Desain Penelitian.....	27
3.3. Populasi dan Sampel .....	27
3.4. Pengukuran Variabel.....	28
3.5. Definisi Konseptual dan Operasional.....	28
3.6. Skala Pengukuran.....	30
3.7. Metode Pengumpulan Data .....	31
3.8. Teknik Analisis Data.....	31
3.8.1. Uji Validitas .....	31
3.8.2. Uji Reliabilitas .....	33
3.8.3. Uji Multikolineritas.....	35
3.8.4. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).....	35
<b>BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1. Karakteristik Responden .....	37
4.1.1. Jenis Kelamin responden .....	37
4.1.2. Kategori Usia .....	38
4.1.3. Profesi Responden.....	39
4.1.4. Lama Penggunaan JD.ID .....	40
4.1.5. Jumlah Pemesanan JD.ID .....	41
4.2. Statistik Deskriptif .....	43
4.2.1. Statistik Deskriptif E-Word Of Mouth (EWOM) .....	43
4.2.2. Statistik Deskriptif Ease of Use .....	45
4.2.3. Statistik Deskriptif <i>Trust</i> .....	48
4.2.4. Statistik Deskriptif Purchase Decision.....	50
4.3. Analisa Data Penelitian Aktual .....	53
4.3.1. Model Pengukuran (Outer Model).....	53
4.3.2. Pengujian Multikolinearitas .....	56
4.3.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	58
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis Penelitian .....	60

4.4. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis .....	62
4.4.1 Pengaruh E-Word of Mouth terhadap Purchase Decision .....	63
4.4.2 Pengaruh Ease of Use terhadap Purchase Decision .....	63
4.4.3 Pengaruh Trust terhadap Purchase Decision.....	64
<b>BAB V: PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
5.1. Kesimpulan .....	66
5.2. Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. definisi operasional .....	28
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden .....	37
Tabel 4.2. Usia Responden.....	38
Tabel 4.3. Profesi Responden.....	40
Tabel 4.4. Lama Penggunaan .....	41
Tabel 4.5. Jumlah Pemesanan .....	42
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif E-Word of Mouth .....	43
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Ease of Use .....	46
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif <i>Trust</i> .....	48
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Purchase Decision.....	51
Tabel 4.10 Uji Validitas Outer Loading.....	54
Tabel 4.11 Uji Validitas Discriminant Validity .....	55
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Penelitian Aktual .....	56
Tabel 4.13 Evaluasi Multikolinearitas .....	57
Tabel 4.14 Nilai R-square .....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Transaksi E-Commerce Indonesia (2014-2018).....	2
Gambar1.2. Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2017.....	7
Gambar 1.3. 10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019.....	8
Gambar 2.1. Model Penelitian .....	24
Gambar 3.1 Model Penelitian .....	28
Gambar 4.1 Jenis Kelamin .....	38
Gambar 4.2. Usia Responden.....	39
Gambar 4.3. Profesi Responden.....	40
Gambar 4.4. Profesi Responden.....	41
Gambar 4.5. Jumlah Pemesanan .....	42
Gambar 4.6 Model Penelitian Aktual.....	59