

**PENGARUH KEPERCAYAAN *ONLINE*, PROMOSI PENJUALAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

PUTRI ADWI RAMADANI

193402516076



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2023

**PENGARUH KEPERCAYAAN *ONLINE*, PROMOSI PENJUALAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

PUTRI ADWI RAMADANI

193402516076



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

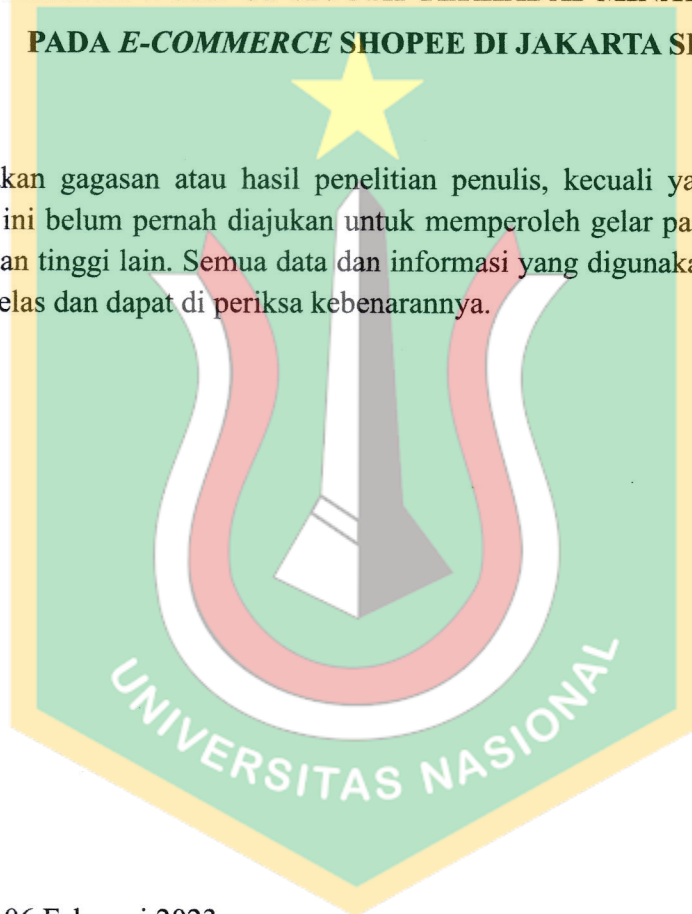
2023

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebesar – besarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul :

PENGARUH KEPERCAYAAN *ONLINE*, PROMOSI PENJUALAN, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA *E-COMMERCE SHOPEE* DI JAKARTA SELATAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujuknya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat di periksa kebenarannya.



Jakarta, 06 Februari 2023



PUTRI ADWI RAMADANI

NPM : 193402516076

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN *ONLINE*, PROMOSI PENJUALAN, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI JAKARTA SELATAN

Oleh :

Putri Adwi Ramadanani

NPM : 193402516076

Tugas Akhir ini dibawah bimbingan Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan *online*, promosi penjualan, dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Shopee di Jakarta Selatan. Populasi pada penelitian ini menggunakan teknik *random sampling* yang mana populasi yang diambil berjumlah 96 orang. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dengan skala likert dan teknik analisis data menggunakan Analisis Linier Berganda dan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 26.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan online berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Shopee di Jakarta Selatan. Promosi penjualan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Shopee di Jakarta Selatan. *Electronic word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Shopee di Jakarta Selatan.

Kata Kunci : Kepercayaan *Online*, Promosi Penjualan, *Electronic Word Of Mouth* dan Minat Beli Ulang

ABSTRACT

The Effect of Online Trust, Sales Promotion, and Electronic Word of Mouth on Shopee E-Commerce Repurchase Intention in South Jakarta

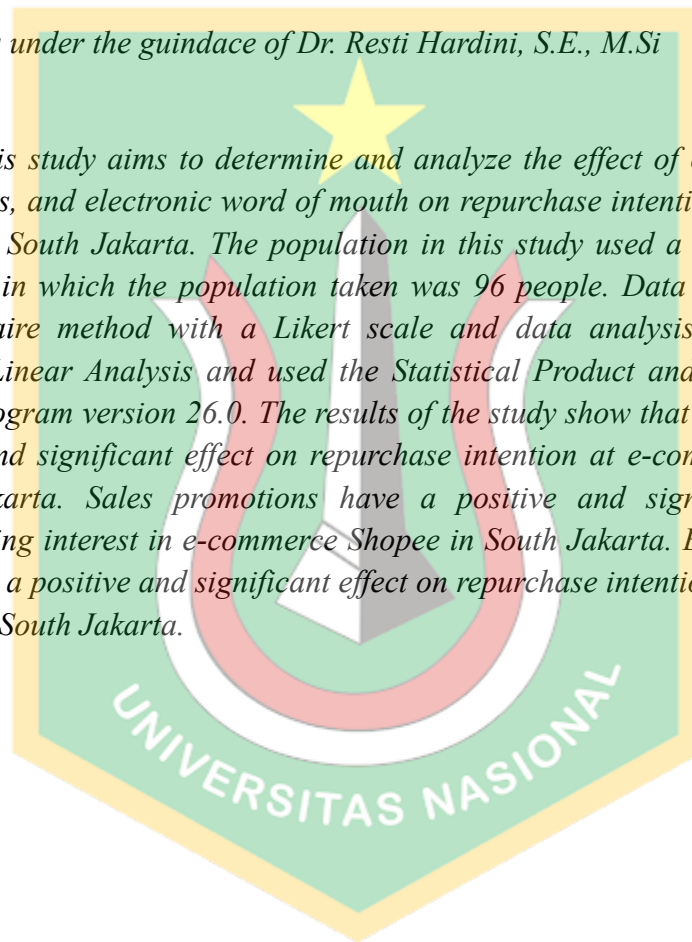
By :

Putri Adwi Ramadani

Student ID Number : 193402516076

This thesis under the guindace of Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si

This study aims to determine and analyze the effect of online trust, sales promotions, and electronic word of mouth on repurchase intention at e-commerce Shopee in South Jakarta. The population in this study used a random sampling technique in which the population taken was 96 people. Data collection used a questionnaire method with a Likert scale and data analysis techniques used Multiple Linear Analysis and used the Statistical Product and Service Solution (SPSS) program version 26.0. The results of the study show that online trust has a positive and significant effect on repurchase intention at e-commerce Shopee in South Jakarta. Sales promotions have a positive and significant effect on repurchasing interest in e-commerce Shopee in South Jakarta. Electronic word of mouth has a positive and significant effect on repurchase intention on e-commerce Shopee in South Jakarta.



Keywords : Online Trust, Sales Promotion, Electronic Word Of Mouth and Repurchase Intention

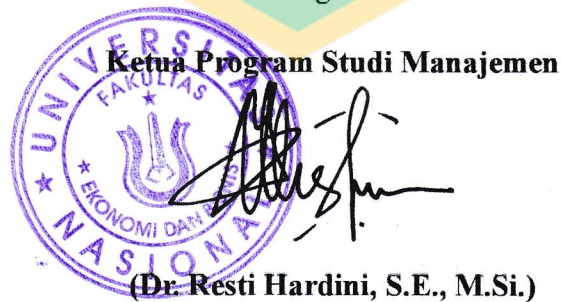
LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KEPERCAYAAN *ONLINE*, PROMOSI PENJUALAN, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **PUTRI ADWI RAMADANI**

Nomor Pokok : **193402516076**

Program Studi : **MANAJEMEN**



Jakarta, 06 Februari 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KEPERCAYAAN *ONLINE*, PROMOSI PENJUALAN, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA *E-COMMERCE SHOPEE* DI JAKARTA SELATAN**


Nama Mahasiswa : **PUTRI ADWI RAMADANI**

Nomor Pokok : **193402516076**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)

Ketua Penguji,

Anggota / Penguji,





(Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)



(Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App. Ec., Ph.D.)

Jakarta: 06 Februari 2023

Tanggal Lulus: 15 Februari 2023

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Putri Adwi Ramadani
Tempat, Tanggal Lahir : Padang, 5 Desember 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl. Warga No. 20 B RT 04/RW 03 Pejaten Barat,
Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12510
Telepon/HP : 081917749930
Email : putriadwi05@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 – 2013 : SDN Pejaten Timur 09 Pagi
2013 – 2016 : SMP Pasar Minggu
2016 – 2019 : SMK Walisongo Jakarta
2019 – 2023 : Universitas Nasional



Jakarta, 06 Februari 2023

Putri

Putri Adwi Ramadani

NPM. 193402516076

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.wb.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kita panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan melimpahkan berkah, nikmat, anugerah serta karunia-Nya yang tidak ada batasnya, karena atas petunjuk dan pertolongannya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Online, Promosi Penjualan, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Shopee Di Jakarta Selatan”**. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada

Program Studi Manajemen, Bidang Konsentrasi Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.

Dalam penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kendala dan hambatan. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak, maka segala bentuk macam kendala dan hambatan yang dihadapi dapat teratasi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan arahan dan membimbing dalam penulisan skripsi serta memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Nunu Nurjaya, S.E., M.Si. M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Segenap jajaran dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu, dan memberikan dukungan serta

menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.

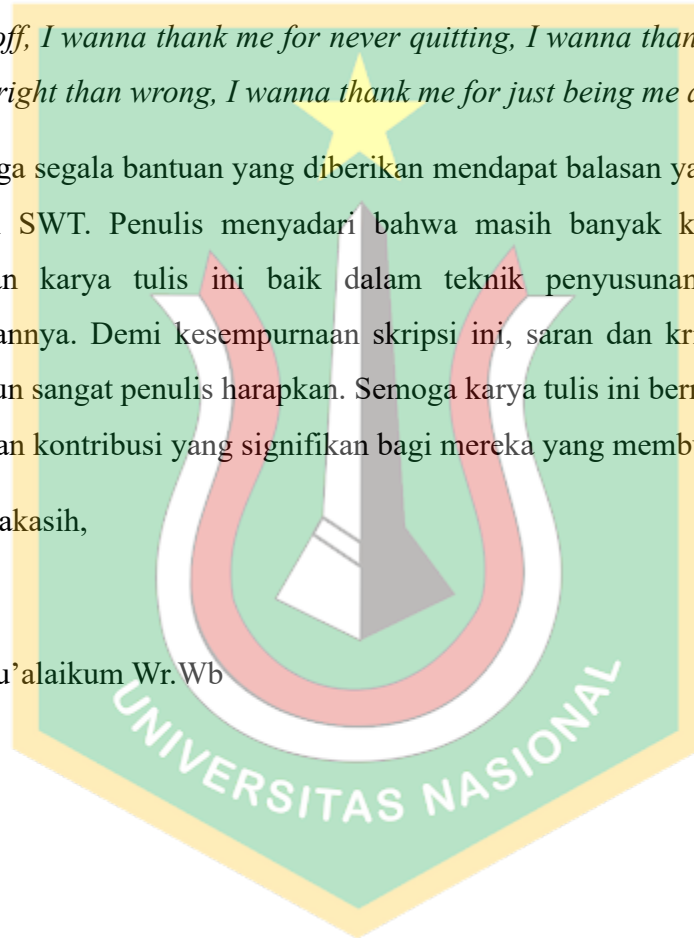
8. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
9. Kedua orang tua penulis yang tercinta, Bapak Atrizal dan Ibu Andam Dewi yang selalu memberikan semangat, doa yang tulus, motivasi, nasehat, perhatian dan telah bekerja keras berjuang untuk memberikan dukungan moril maupun materil sehingga penulis berhasil berada ditahap ini dan mampu menulis skripsi ini hingga selesai. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan kebahagiaan kepada bapak dan ibu di dunia maupun di akhirat.
10. Kepada Adik – adik penulis yang tersayang, Diana Adwi Maharani dan Jodie Adwi Septiawan yang tiada henti mendukung penulis untuk bisa mengerjakan penelitian tugas akhir dengan tenang dirumah, berbagi tugas dalam menyelesaikan tugas rumah, serta selalu ada dalam situasi apapun selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan lancar.
11. Rita Rahmawati, Rangga Pratama Putra, S.M., Siti Nurhaliza, Dea Safitri, Bingah Ayu Satria, Sulistiyani S.M., serta teman seperjuangan yang sedang menyusun skripsi (Inessense Ave Djatajuma, Arsanti Padila, Siti Nur Septiani, Arfi Ulya Madani, Tidar Nuraini, & Adinda Salsabila Putri) yang telah sabar menemani, mendengar keluh kesah, membantu, dan memberikan dukungan kepada penulis.
12. Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Manajemen (HIMAJEM) Universitas Nasional yang selalu saling mendukung, mendengar keluh kesah, memberi motivasi, sharing ilmu dan pengalaman, serta berdiskusi selama masa perkuliahan di Universitas Nasional hingga penyusunan skripsi ini.
13. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.

14. Teman-teman Manajemen FEB Universitas Nasional angkatan 2019 yang telah berbagi ilmu pengetahuan, memberi motivasi, dan informasi selama masa perkuliahan berjalan.
15. Serta seluruh pihak yang telah membantu penulis dengan semangatnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, semoga atas kebaikannya mendapat balasan dari Allah SWT.
16. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Semoga segala bantuan yang diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan karya tulis ini baik dalam teknik penyusunan maupun dalam pembahasannya. Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi mereka yang membutuhkannya.

Terimakasih,

Wassalamu'alaikum Wr. Wb



Penulis,

Putri Adwi Ramadani

193402516076

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
HALAMAN ABSTRAK	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Manajemen Pemasaran.....	7
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2. Bauran Pemasaran.....	8
3. <i>E- Commerce</i>	9
4. Kepercayaan <i>Online</i>	10
5. Promosi Penjualan	13
6. Electronic Word of Mouth	17

7. Minat Beli Ulang	21
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	23
1. Pengaruh Kepercayaan <i>Online</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	23
2. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang	23
3. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	24
C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	24
D. Kerangka Analisis	27
E. Hipotesis.....	28
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN	29
A. Objek Penelitian	29
B. Data Penelitian	29
1. Sumber Data dan Jenis Data	29
2. Populasi Sampel.....	30
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data	31
C. Definisi Operasional Variabel	32
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	33
1. Metode Analisis.....	33
2. Analisis Inferensial.....	33
3. Uji Instrumen Penelitian	34
4. Uji Asumsi Klasik	35
5. Uji Kelayakan Model	37
6. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	37
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian.....	38

1. Deskripsi Data Penelitian.....	38
2. Sejarah Objek Penelitian.....	38
3. Karakteristik Responden.....	40
4. Hasil Analisis Deskriptif.....	46
5. Hasil Analisis Penelitian.....	51
B. Pembahasan Penelitian.....	60
1. Pengaruh Kepercayaan <i>Online</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	60
2. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang.....	61
3. Pengaruh <i>Electric Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	62
BAB V.....	64
KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Rujukan Penelitian	24
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Gaji	43
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4. 5 Skala Likert	46
Tabel 4. 6 Rata - rata Total Skor <i>Mean Kepercayaan Online</i> (X_1).....	47
Tabel 4. 7 Rata - rata Skor <i>Mean Promosi Penjualan</i> (X_2).....	48
Tabel 4. 8 Rata – rata Skor <i>Mean Electronic Word of Mouth</i> (X_3).....	49
Tabel 4. 9 Rata - rata Skor <i>Mean Minat Beli Ulang</i> (Y).....	50
Tabel 4. 10 Validitas Variabel.....	51
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 12 Uji Normalitas	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi	55
Tabel 4. 15 Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4. 16 Analisis Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4. 17 Uji F.....	58
Tabel 4. 18 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
Tabel 4. 19 Uji Hipotesis.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah transaksi <i>E-Commerce</i> tahun 2014 – 2023	2
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	39
Gambar 4. 2 Grafik kategori produk terlaris di Shopee tahun 2022	39
Gambar 4. 3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 4. 4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Gambar 4. 5 Diagram Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	44
Gambar 4. 6 Diagram Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	45

