

Judul Penelitian : Pengaruh *E-wom*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen pada Shopee

Dosen Pembimbing 1: Brahma Wahyu K, SE.,M.Pd

Dosen Pembimbing 2: Beny Mahyudi S SE.,MM

Nama Mahasiswa : Mira Widia Lista

Npm : 233020322S

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel ewom (X1), kualitas pelayanan (X2), keputusan pembelian (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada sopee. Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif yang di olah menggunakan metode statistik. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 107 responden, dan data dalam penelitian ini diperoleh melalui pembagian kuisioner kepada para konsumen yang berbelanja di shopee.

Teknik analisis yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan kefisien determinasi. Hasil penelitian ini diperoleh persamaan dari regresi linear berganda $Y = 30.680 + 0,201X_1 + 0,284X_2 + 0,214X_3 + e$, hasil uji t variabel ewom yang diperoleh dari t_{hitung} sebesar 2,615 dengan nilai signifikan 0,010, hasil uji t variabel kualitas pelayanan yang diperoleh t_{hitung} sebesar 2,238 dengan nilai signifikan 0,05, hasil uji t variabel keputusan pembelian yang di peroleh t_{hitung} sebesar 2,504 dengan nilai signifikan 0,014. hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 30.680 dengan nilai signifikansi 0,001. dari hasil analisis di atas dapat

disimpulkan terdapat pengaruh secara parsial antara *elektronik word of mouth* (ewom) terhadap kepuasan konsumen. Antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, antara keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *elektronik word of mouth* (ewom), kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR ISI

Pernyataan Bebas Plagiarisme	ii
Abstraksi.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENELITIAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Batasan masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan	5
1.5 Manfaat.....	5
1.5.1 Manfaat penelitian.....	6
1.5.2 Manfaat operasional	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 PENELITIAN TERDAHULU.....	7
2.2 Tinjauan Pustaka dan kajian Pustaka.....	10
2.2.1 <i>Elektronik Word Of Mouth (E-WOM)</i>	10
2.2.2 Kualitas Pelayanan.....	13
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	16
2.2.4 Kepuasan Konsumen.....	22
2.3 Teori Antar Variabel.....	28
2.3.1 Hubungan Antara <i>Elektronik Word Of Mouth</i> dengan Kepuasan Konsumen.....	28
2.3.2 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	28
2.3.3 Hubungan Antara Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.4 Kerangka Teoritik	30
2.5 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	32

3.2 Jenis Penelitian	32
3.3 Lokasi Penelitian.....	32
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.4.1 Populasi	33
3.4.2 Sampel.....	33
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	33
3.6 Penentuan Jumlah Sampel	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data	34
3.7.1 Jenis Data	35
3.8 Devinisi Operasional Variabel.....	36
3.9 Identifikasi variabel	40
3.9.1 Variabel Bebas (Independent Variabel)	40
3.9.2 Variabel Terikat (Dependent Variabel)	41
3.10 Teknik Analisis.....	41
3.10.1 Uji Kualitas Data	41
3.10.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.10.3 Analisis Regresi Linear berganda	44
3.10.4 Uji Hipotesis	45
3.10.5 Koefisien Determinasi.....	46
BAB IV Hasil Dan Pembahasan	47
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	47
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
4.3 Uji Kualitas Data	65
4.4 Interpretasi	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 kesimpulan	80
5.2 Saran.....	80
Daftar Pustaka.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Skor Skala Likert	36
Tabel 3.2 operasional Variabel	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 4.2 Respoden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.4 Penghasilan Responden	52
Tabel 4.5 Distribusi <i>Frekuensi Vriabel Ewom(X1)</i>	54
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	57
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan pembelian (X3)	60
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritik.....	30
Gambar 4.1 Struktur organisasi	47
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot	69
Gambar 4.3 Hasil Uji Scatter Plot.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUISIONER PENELITIAN.....	86
LAMPIRAN II TABULASI DATA KUISIONER X1	90
LAMPIRAN III HASIL ANALISIS DESKRIPTIF X1	101
LAMPIRAN IV HASIL UJI VALIDITAS X1	109
LAMPIRAN V HASIL UJI RELIABILITAS X1	113
LAMPIRAN VI HASIL UJI ASUMSI KLASIK	114
LAMPIRAN VII HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA DAN UJI T	115
LAMPIRAN VIII STRUKTUR ORGANISASI SHOPEE	117
LAMPIRAN IX DEGREE OF FREDOM T TABEL	118
LAMPIRAN X DOKUMENTASI	121