

**PENGARUH *PERCEIVED BENEFITS*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,  
*PERCEIVED WEB QUALITY* TERHADAP SIKAP KONSUMEN  
BELANJA *ONLINE* MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN  
BELANJA *ONLINE* PADA PELANGGAN TOKOPEDIA**

**Skripsi S-1**



**OLEH :**

**IVANA TJIARLEX**

**3103012065**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017**

**PENGARUH *PERCEIVED BENEFITS*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,  
*PERCEIVED WEB QUALITY* TERHADAP SIKAP KONSUMEN  
BELANJA *ONLINE* MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN  
BELANJA *ONLINE* PADA PELANGGAN TOKOPEDIA**

SKRIPSI S1  
Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

OLEH:  
IVANA TJARLEX  
3103012065

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017

**HALAMAN PERSETUJUAN**

SKRIPSI

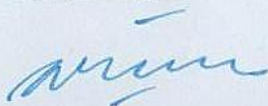
*PENGARUH PERCEIVED BENEFITS, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, PERCEIVED WEB QUALITY TERHADAP SIKAP KONSUMEN BELANJA ONLINE MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN BELANJA ONLINE PADA PELANGGAN TOKOPEDIA*

Oleh:

Ivana Tjiarlex  
3103012065

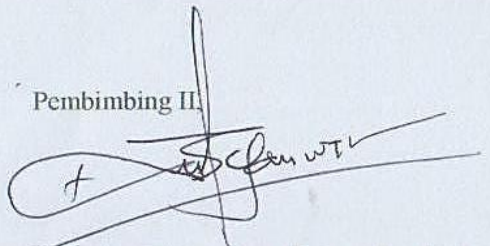
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM  
Tanggal: 31/1/17

Pembimbing II,



A.Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si  
Tanggal: 31/1/17

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Ivana Tjjarlex NRP 3103012065, Telah diuji pada tanggal 13 Febuari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

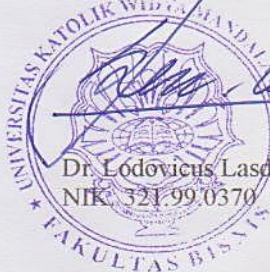
Ketua Tim Penguji:



Dr. Tuty Lindawati, S.E.,M.M.  
NIK 311.97.0297

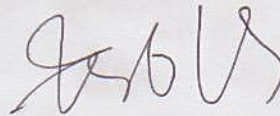
Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE.,M.Si  
NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ivana Tjarlex

NRP : 3103012065

Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Benefits*, *Electronic Word Of Mouth*, *Perceived Web Quality* Terhadap Sikap Konsumen Belanja *Online* Melalui Kepercayaan Konsumen Belanja *Online* Pada Pelanggan Tokopedia

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*) Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Februari 2017

Yang menyatakan



(Ivana Ijarlex)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang maha esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan yang berjudul pengaruh *Perceived Benefits, Electronic Word Of Mouth, Perceived Web Quality* Terhadap Sikap Konsumen Belanja *Online* Melalui Kepercayaan Konsumen Belanja *Online* Pada Pelanggan Tokopedia. Saya sangat bersyukur kerana telah mendapat banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penyusunan laporan ini dapat selesai dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan Fakultas Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu ,pada kesempatan ini saya mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth Supriharyanti, SE.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM selaku Dosen Pembimbing I. Terima kasih atas waktu yang telah banyak diluangkan untuk membimbing dan memberikan masukan – masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. A.Y.Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih atas waktu yang telah banyak diluangkan untuk membimbing dan memberikan masukan – masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada Dosen dan Karyawan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya terima kasih atas ilmu, bimbingan dan bantuannya selama menempuh perkuliahan.

6. Kepada kedua orang tua saya yang senantiasa memberikan doa, dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman yang telah memberikan dukungan dan masukan untuk mengerjakan skripsi ini.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang saya miliki, maka saya menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun saya akan terima dengan senang hati. Saya berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Surabaya, Februari 2017

Ivana Tjiarlex

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	12
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	27
2.4. Model Penelitian .....	31
2.5. Hipotesis.....	31
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Desain Penelitian.....	32
3.2. Identifikasi Variabel.....	32



3.3. Definisi Operasional.....	32
3.4. Sumber Data.....	34
3.5. Pengukuran Variabel.....	35
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	35
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.8. Teknik Analisis Data.....	37
3.9. Uji Kecocokan Model.....	39
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Karakteristik Obyek Penelitian.....	41
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	44
4.3. Uji Asumsi SEM.....	50
4.4. Analisis kesesuaian Model dan Pengujian Hipotesis	58
4.5. Pembahasan .....	60
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan.....	66
5.2. Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian.....	11
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	42
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung .....	43
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Nilai Belanja ...	43
Tabel 4.5. Derajat Penelitian Setiap Variabel .....	44
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Sikap .....	45
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Benefit</i> .....	46
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>EWOM</i> .....	47
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif <i>Perceived Web Quality</i> .....	48
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Kepercayaan.....	49
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.12. Hasil uji Reliabilitas <i>Perceived Benefit</i> .....	51
Tabel 4.13. Hasil uji Reliabilitas <i>EWOM</i> .....	51
Tabel 4.14. Hasil uji Reliabilitas <i>EWOM</i> .....	52
Tabel 4.15. Hasil uji Reliabilitas Kepercayaan.....	52
Tabel 4.16. Hasil uji Reliabilitas Sikap Belanja.....	53

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model <i>Theory of reasoned action</i> (TRA) .....	13
Gambar 2.2. Model <i>Theory Planned Behavior</i> (TPB) .....	13
Gambar 2.3. Model Penelitian.....	31

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Tabel Frekuensi (Karakteristik Responden)
- Lampiran 4. Uji Validitas
- Lampiran 5. Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Statistik Deskriptif
- Lampiran 7. Uji Normalitas
- Lampiran 8. *Uji Structural Equation Modeling (SEM)*
- Lampiran 9. Diagram Path

## ABSTRAK

Penggunaan teknologi internet dan handphone terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini membuat para pebisnis ingin meningkatkan penjualan dengan cara memperluas jaringan bisnis melalui internet atau handphone. Disisi lain sikap belanja masyarakat yang semakin modern serta kian mudahnya akses internet di berbagai penjuru daerah, menjadikan pertumbuhan toko online di negara kita semakin hari semakin banyak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *perceived benefit*, *electronic word of mouth (ewom)*, dan *perceived web quality* terhadap sikap konsumen dalam berbelanja *online* melalui kepercayaan di website Tokopedia. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived benefit*, *electronic word of mouth (ewom)*, dan *perceived web quality* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen dalam berbelanja *online* di Tokopedia.

**Kata Kunci:** *Perceived Benefit; Electronic word of mouth (EWOM); Perceived Web Quality; Kepercayaan; Sikap Belanja.*

## ABSTRACT

*Technology usage, internet and mobile phone, is extremely increasing year by year. This condition makes business people are willing to boost the sell by expanding the network through internet or mobile phone. On the other hand, people's shopping attitude and an easy internet access in all area, which develop fast, cause the progressive development of online business in our country.*

*This research is aimed to find out the effect of perceived benefit, electronic word of mouth (ewom), and perceived web quality variables upon the consumers' behavior in online shopping through the trust on Tokopedia website. Analysis method used is Sructural Equation Modeling (SEM). The result of this research showed that perceived benefit, electronic word of mouth (ewom), and perceived web quality variables affect positively toward the consumers behavior in online shopping in Tokopedia.*

**Key words** : *Perceived Benefit; Electronic word of mouth (EWOM); Perceived Web Quality; Trust, Shopping attitude*