

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN E-WOM  
TERHADAP *PURCHASE DECISION* SHOPEE PADA  
GENERASI Z**



**Oleh:**

**RISKA ALMIRA ANDHIKA PUTRI**

**NPM: 18.1.02.11488**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**STIESIA SURABAYA**

**2022**



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN E-WOM  
TERHADAP *PURCHASE DECISION* SHOPEE PADA  
GENERASI Z**



**Oleh:**

**RISKA ALMIRA ANDHIKA PUTRI**

**NPM: 18.1.02.11488**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**STIESIA SURABAYA**

**2022**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN E-WOM  
TERHADAP *PURCHASE DECISION* SHOPEE PADA  
GENERASI Z**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi: Manajemen  
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**



**Oleh:**

**RISKA ALMIRA ANDHIKA PUTRI**

**NPM: 18.1.02.11488**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
STIESIA SURABAYA  
2022**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN E-WOM  
TERHADAP PURCHASE DECISION SHOPEE PADA  
GENERASI Z**

**Dipersiapkan dan Disusun oleh :**

**RISKA ALMIRA ANDHIKA PUTRI**

**NPM : 18.1.02.11488**

**Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji  
Pada tanggal 28 Maret 2022**

**Susunan Tim Penguji :**

**Ketua : Dr. Triyonowati, M.Si.**

**Anggota : 1. Anton Eko Yulianto, S.E., M.M.**

**2. Dr. Rismawati, S.E., M.M.**

**Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima  
Oleh :**

**Dosen Pembimbing**



**Dr. Rismawati, S.E., M.M.**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**



**Dr. Suwitho, M.Si.**

**Ketua STIESIA**



**Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **RISKA ALMIRA ANDHIKA PUTRI**

N.P.M : 18.1.02.11488

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN E-WOM TERHADAP  
*PURCHASE DECISION* SHOPEE PADA GENERASI Z**

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal 28 Maret 2022 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 28 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,



**RISKA ALMIRA ANDHIKA PUTRI**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Riska Almira Andhika Putri  
NPM : 18.1.02.11488  
Program Studi : Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 24 Mei 2000  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : ½  
Alamat Rumah : Jl. Ikan Gurami 01/30 RT.1 RW.06  
Krembangan, Perak Barat, Surabaya  
Status : Belum Kawin

### B. ORANG TUA

Nama : Naisyah  
Alamat Rumah : Jl. Ikan Gurami 01/30 RT.1 RW.06  
Krembangan, Perak Barat, Surabaya  
Alamat Kantor : -  
Pekerjaan/Jabatan : Ibu Rumah Tangga

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Perak Barat Kawasan Surabaya tahun 2012
2. Tamat SLTP di SMP Negri 5 Surabaya tahun 2015
3. Tamat SLTA di SMA Negri 9 Surabaya tahun 2018
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VII	2016-2020	-

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-



Dibuat dengan sebenarnya

  
Riska Almira Andhika Putri

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN E-WOM TERHADAP PURCHASE DECISION SHOPEE PADA GENERASI Z”** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Nur Fadjrih Asyik S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Bapak Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Yesa Cahyaning Ramadhani, S.E., M.M. selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian berlangsung.
4. Bapak Dr. Rismawati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya dalam membimbing dan memberi petunjuk dengan sabar serta tegas untuk terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
6. Kepada kedua orang tua, Alm. Bapak (Kaharuddin) dan Mama (Naisyah) untuk kasih sayang dan doa tulus yang tiada henti. Yang selalu memberikan dukungan moral maupun material yang tidak ternilai harganya.



7. Kepada seluruh responden yang banyak membantu dan sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepada teman spesial saya yang tidak bisa disebutkan namanya, terimakasih selalu memotivasi dan memberikan saran, dan semangat, yang selalu ada disaat suka maupun duka. Terimakasih atas waktunya.
9. Teman-teman SM-4 tahun 2018 yang selalu bersama-sama belajar dan memberi kesan selama perkuliahan.
10. Kepada teman terbaik saya Kezia, Niken, Hening, Nadya, Rindi, Laras yang telah memberikan saya begitu banyak support dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada diri saya sendiri yang sudah mau bertahan sampai di titik ini. Dimana saya akan mendapatkan gelar baru yang tersemat. Terimakasih atas segala perjuangan baik secara fisik maupun psikis.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terima kasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca.

Surabaya, 10 Februari 2022



Riska Almira Andhika Putri

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	15
<b>BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>16</b>
2.1 Tinjauan Teoritis .....	16
2.1.1 Pemasaran.....	16
2.1.2 Internet .....	19
2.1.3 Marketplace .....	21
2.1.4 Harga .....	22
2.1.5 Kualitas Produk.....	24
2.1.6 E-WOM ( <i>Elektronik Word of Mouth</i> ) .....	26
2.1.7 Purchase Decision .....	29

2.1.8	Penelitian Terdahulu .....	33
2.2	Rerangka Pemikiran dan atau Rerangka Konseptual .....	41
2.3	Pengembangan Hipotesis .....	42
<b>BAB 3 :</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1	Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi Penelitian .....	44
3.1.1	Jenis Penelitian.....	44
3.1.2	Gambaran Populasi Penelitian .....	44
3.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	48
3.4.1	Variabel .....	48
3.4.2	Definisi Operasional Variabel .....	48
3.5	Teknik Analisis Data .....	53
3.5.1	Uji Instrumen .....	54
3.5.2	Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
3.5.3	Uji Asumsi Klasik .....	55
3.5.4	Uji Kelayakan Model .....	56
3.5.5	Uji Hipotesis .....	57
<b>BAB 4 :</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	60
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
4.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	63
4.1.3	Deskripsi Variabel Penelitian .....	66
4.1.4	Uji Instrumen .....	75
4.1.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	78
4.1.6	Uji Asumsi Klasik .....	79
4.1.7	Uji Kelayakan Model .....	84
4.1.8	Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	85
4.2	Pembahasan.....	88
4.2.1	Pengaruh Harga terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	88
4.2.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Purchase Decision</i> ....	90
4.2.3	Pengaruh E-WOM terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	93

<b>BAB 5 : KESIMPULAN .....</b>	<b>96</b>
5.1 Simpulan .....	96
5.2 Keterbatasan .....	97
5.3 Saran .....	97
JADWAL PENELITIAN .....	99
DAFTAR PUSTAKA .....	100

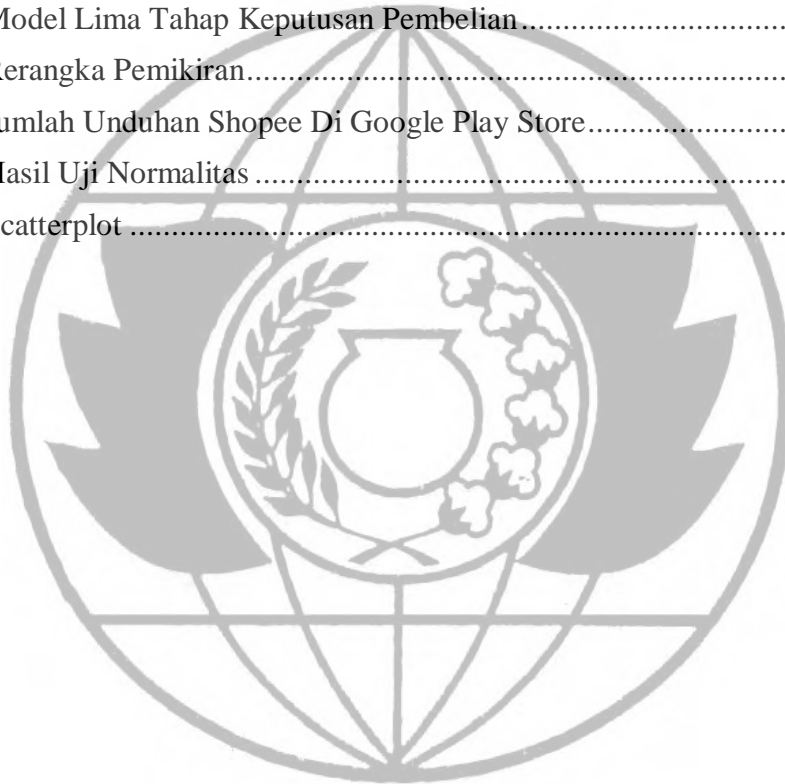


## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu .....	34
2. Skala Likert .....	47
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi .....	64
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	65
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Transaksi .....	66
7. Kelas Interval .....	67
8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga .....	68
9. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....	70
10. Tanggapan Responden Terhadap Variabel E-Wom .....	72
11. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Purchase Decision</i> .....	74
12. Hasil Uji Validitas .....	76
13. Hasil Uji Reliabilitas .....	77
14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	78
15. Hasil Uji Normalitas .....	80
16. Hasil Uji Multikolinieritas .....	82
17. Hasil Uji Anova .....	84
18. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	85
19. Hasil Uji T <i>Coefficient</i> .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Data Sepuluh Negara Dengan Pertumbuhan <i>E-Commerce</i> Tercepat .....	2
2. Data Statistik Perkembangan Marketplace Di Indonesia.....	3
3. Rasio Transaksi <i>E-Commerce</i> Terhadap Pendapatan Bulanan (2020) .....	5
4. Contoh E-WOM Shopee .....	11
5. Model Lima Tahap Keputusan Pembelian.....	30
6. Rerangka Pemikiran.....	41
7. Jumlah Unduhan Shopee Di Google Play Store.....	61
8. Hasil Uji Normalitas .....	81
9. Scatterplot .....	83



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian .....	104
2. Tabulasi Kuesioner Penelitian .....	108
3. Hasil Output SPSS .....	114

