

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
KOMUNIKASI MULUT KE MULUT MELALUI INTERNET
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
*E-COMMERCE SHOPEE***

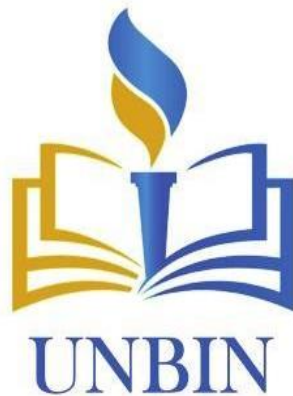
SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**

O L E H :

LINDA TANIA

NPM : S1-0218.097



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2022**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
 KOMUNIKASI MULUT KE MULUT MELALUI INTERNET
 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE*
 SHOPEE.

OLEH : LINDA TANIA

NPM : S1-0218.097

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(SUMARDJONO, SE., MM)

(VERA CLARA SIMANJUNTAK,.Sos., M.M)

REKTOR

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

(Dr. ISMULYANA DJAN, SE., MM.)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Alhamdulillah atas segala limpahan berkah, rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Komunikasi Mulut Ke Mulut Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee”**.

Proposal skripsi ini peneliti susun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna meraih gelar Sarjana pada Program Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga proposal skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak. Dr. Ismulyana Djan, SE, MM., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak. Dr. Yuli Anwar, SE, M.Ak., selaku Wakil Rektor I, Bapak. Dedy Mulyadi, S.Si. M.Kom., selaku Wakil Rektor II dan Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Bapak Sumardjono, SE., MM., selaku dosen pembimbing I dan Ibu Vera Clara S, S.Sos., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan tentang teknik penulisan proposal skripsi ini.
4. Kedua orang tua tercinta, Alim Bapak Rusdi dan Ibu Narsih, yang tak pernah berhenti mendoakan, membimbing serta memberikan dukungan dan kasih sayangnya.
5. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Binaniaga Indonesia yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Kakak tercinta A c i m dan anggota keluarga lainnya yang selalu memberikan motivasi. Sahabat tercinta yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Teman-

teman Strata-I Manajemen angkatan 2018 khususnya kelas B1 Malam yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan.

Peneliti menyadari, bahwa penyusunan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti membutuhkan masukan dan saran untuk membangun proposal skripsi yang sangat diharapkan. Peneliti berharap semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bogor, Oktober 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Batasan Masalah.....	13
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Kegunaan Penelitian.....	14
G. Sistematika Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Pemasaran.....	17
B. Manajemen Pemasaran.....	18
C. Perilaku Konsumen	21
D. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	23
E. Komunikasi Mulut Ke Mulut Melalui Internet	25
F. Keputusan Pembelian	29
G. Penelitian Terdahulu	34
H. Kerangka Berpikir	40
I. Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Metode Penelitian.....	43
B. Tempat dan Waktu Penelitian	44
C. Populasi dan Sampel Populasi.....	44
D. Jenis Dan Sumber Data	46
E. Operasional Variabel.....	47
F. Teknik Analisis Data.....	49

BAB IV PEMBAHASAN	61
A. Gambaran Umum	61
B. Profil Responden	64
C. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	66
D. Uji Asumsi Klasik	73
E. Analisis Deskriptif.....	78
F. Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
G. Analisis Korelasi	89
H. Uji Hipotesis.....	90
I. Analisis Korelasi Determinasi (R^2)	94
J. Pembahasan Hasil Penelitian	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. Pra-Survei Persepsi Kemudahan Penggunaan Pada Shopee	4
Tabel 2. Pra-Survei Komunikasi Mulut Ke Mulut Melalui Internet	9
Tabel 3. Pra-Survei Keputusan Pembelian Pada <i>E-Commerce</i> Shopee	10
Tabel 4. Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 5. Operasional Variabel	48
Tabel 6. Metode Pengumpulan Data	50
Tabel 7. Interpretasi Koefisien Korelasi.....	57
Tabel 8. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 9. Data Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 10. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 11. Data Responden Berdasarkan Pendapatan	66
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	68
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	69
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 15. Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X ₁).....	72
Tabel 16. Komunikasi Mulut Ke Mulut Melalui Internet (X2).....	72
Tabel 17. Keputusan Pembelian (Y).....	73
Tabel 18. Uji Normalitas	74
Tabel 19. Uji Multikolinieritas	75
Tabel 20. Uji Linearitas	78
Tabel 21. Indeks Jawaban Responden	79
Tabel 22. Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	80
Tabel 23. Analisis Deskriptif Variabel Komunikasi Mulut ke Mulut Melalui Internet (X2)	82
Tabel 24. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	84
Tabel 25. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	87
Tabel 26. Nilai Koefisien Korelasi	89
Tabel 27. Hasil Uji Koefisien Korelasi	89
Tabel 28. Hasil Uji t	91
Tabel 29. Hasil Uji F	93
Tabel 30. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	95

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Bagan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	30
Gambar 2. Kerangka Berpikir	40
Gambar 3. Logo Shopee.....	64
Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	76

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Tabulasi Validitas dan Reliabilitas (30 Sampel)
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (30 Sampel)
- Lampiran 4 Hasil Pengujian SPSS Statistik 25 Untuk Seluruh Responden Penelitian (385 Sampel)
- Lampiran 5 Tabel r (N = 30) dan Tabel Uji T
- Lampiran 6 Tabel Uji F
- Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup Peneliti