

**PENGARUH HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *E-COMMERCE* LAZADA**  
**(Studi Kasus pada pengguna Lazada di Kelurahan Klender)**

**SKRIPSI**

**RISTIYANI**

**21170000082**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

**PENGARUH HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (*e-WOM*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *E-COMMERCE* LAZADA  
(Studi Kasus pada pengguna Lazada di Kelurahan Klender)**

**SKRIPSI**

**RISTIYANI**

**21170000082**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

# **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

## **PENGARUH HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *E-COMMERCE LAZADA***

**(Studi Kasus pada pengguna Lazada di Kelurahan Klender)**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 11 Agustus 2021



**RISTIYANI**

NPM 21170000082

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *E-COMMERCE LAZADA***

**(Studi Kasus pada pengguna Lazada di Kelurahan Klender)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc., serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 11 Agustus 2021

Pembimbing,



Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

## HALAMAN PENGESAHAN

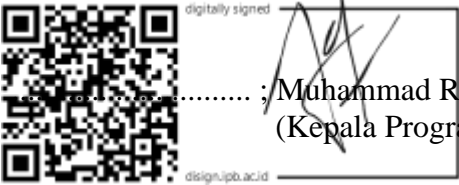
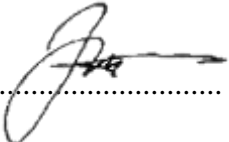


Karya Ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (*e-WOM*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *E-COMMERCE* LAZADA**

**(Studi Kasus pada pengguna Lazada di Kelurahan Klender)**

Telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal **11 Agustus 2021** dengan nilai **A**

#### **Panitia Ujian Karya Ilmiah**

1.  ..... ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc  
(Kepala Program Studi S1 Manajemen)
2.  ..... ; Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM  
(Pembimbing)
3.  ..... ; Dr. Dian Surya Sampurna, SE., MM  
(Anggota Penguji)
4.  ..... ; Rama Chandra, SE., ME  
(Anggota Penguji)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah untuk melengkapi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala dapat teratasi dengan baik. Dengan hati penuh ikhlas dan bahagia, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Dian Surya Sampurna, SE., MM dan Bapak Rama Chandra, SE., ME selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Seluruh Dosen yang telah memberikan bekal pengetahuan dan pengalaman kepada penulis, demikian pula Staff Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan dukungan dan kerjasama yang baik.
6. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner.
7. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan moral maupun spiritual sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Muhammad Ilham Palakka yang telah memberikan banyak bantuan dan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung.
9. Teman-teman kelas B Manajemen 2017 yang telah memberikan warna selama masa studi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

10. Teman-teman seperjuangan (Laras, Ira, Siska) yang turut memberikan bantuan dan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Serta semua pihak yang tidak disebutkan diatas yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca.

Jakarta, 11 Agustus 2021



**RISTIYANI**

NPM 21170000082

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RISTIYANI  
NPM : 21170000082  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas Karya Ilmiah saya yang berjudul :

### **PENGARUH HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *E-COMMERCE LAZADA* (Studi Kasus pada pengguna Lazada di Kelurahan Klender)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 11 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Ristiyani



Ristiyani

Dosen Pembimbing :

NPM : 21170000082

Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM

Program Studi S1 Manajemen

**PENGARUH HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *E-COMMERCE LAZADA***  
**(Studi Kasus pada pengguna Lazada di Kelurahan Klender)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Harga dan *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)* terhadap keputusan pembelian produk *e-commerce* Lazada. Populasi dalam penelitian ini seluruh pelanggan pengguna Lazada di Kelurahan Klender, Jakarta Timur.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan sampel sebanyak 97 responden yang merupakan pengguna Lazada yang pernah melakukan pembelian. Sampel ditentukan berdasarkan metode *Purposive Sampling*. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, serta analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 26.00.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan variabel *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Selanjutnya secara simultan variabel Harga dan *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* Lazada.

***Kata Kunci : Harga, Electronic Word Of Mouth (e-WOM), dan Keputusan Pembelian***

Ristiyani

Dosen Pembimbing :

NPM : 21170000082

Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM

Program Studi S1 Manajemen

***THE INFLUENCE OF PRICES AND ELECTRONIC WORD  
OF MOUTH (e-WOM) ON LAZADA E-COMMERCE  
PRODUCT PURCHASE DECISIONS***

***(Case Study on Lazada users in Klender Village)***

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of Price and Electronic Word Of Mouth (e-WOM) on the purchasing decisions of Lazada's e-commerce products. The population in this study were all Lazada users in Klender Village, East Jakarta.*

*This research is a quantitative research using a sample of 97 respondents who are Lazada users who have made a purchase. The sample was determined based on the purposive sampling method. The data collection used in this research is by distributing questionnaire. Data testing techniques used in this study include validity and reliability tests, as well as multiple linear regression analysis using the SPSS version 26.00 program.*

*The results of this study indicate that the price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions and the electronic word of mouth (e-WOM) variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. Furthermore, simultaneously variable Price and Electronic Word Of Mouth (e-WOM) have a positive and significant effect on Purchase Decisions on E-commerce Lazada.*

***Key Word : Price, Electronic Word of Mouth, and The Decision of Purchase.***

# DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II.....	6
2.1. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....	6
2.2. Landasan Teori .....	11
2.2.1. Pengertian <i>E-commerce</i> .....	11
2.2.2. Harga.....	12
2.2.3. <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i> .....	15
2.2.4. Keputusan Pembelian .....	17
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian .....	21
2.3.1. Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	21
2.3.2. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	22
2.3.3. Pengaruh Harga (X1) dan <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X2) Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	22

2.4.	Pengembangan Hipotesis Penelitian .....	23
2.5	Kerangka Konseptual Penelitian .....	23
BAB III	.....	25
3.1.	Strategi Penelitian.....	25
3.2.	Populasi Dan Sampel.....	25
3.2.1.	Populasi Penelitian.....	25
3.2.2.	Sampel Penelitian.....	25
3.3.	Data Dan Metoda Pengumpulan Data .....	26
3.4.	Operasionalisasi Variabel.....	27
3.5.	Metoda Analisis Data .....	31
3.5.1.	Metoda Pengolahan Data .....	32
3.5.2.	Metoda Penyajian Data .....	32
3.5.3.	Analisis Statistik Data .....	32
BAB IV	.....	36
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian .....	36
4.2.	Deskripsi Responden .....	37
4.3.	Deskripsi Data .....	40
4.4.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	43
4.4.1.	Uji Validitas .....	43
4.4.2.	Uji Reliabilitas .....	46
4.5.	Analisis Statistik Data .....	47
4.5.1.	Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	47
4.5.2.	Analisis Koefisien Determinasi.....	48
4.5.3.	Uji Hipotesis Parsial (Uji t) .....	49
4.5.4.	Uji Hipotesis Simultan (Uji F) .....	50
4.6.	Temuan Hasil Penelitian .....	51
BAB V	.....	52
5.1.	Kesimpulan.....	52
5.2.	Saran.....	52
DAFTAR REFERENSI	.....	54

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Indikator Variabel Penelitian .....	28
Tabel 3.2 Skala Likert .....	30
Tabel 4.1. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4.3. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	38
Tabel 4.4. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.5. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	40
Tabel 4.6. Hasil Validitas Variabel Harga (X1).....	44
Tabel 4.7. Hasil Validitas Variabel <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i> (X2) .....	45
Tabel 4.8. Hasil Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	46
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	46
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Parsial Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	48
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Parsial <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	48
Tabel 4.14. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi .....	48
Tabel 4.15. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) .....	49
Tabel 4.16. Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F) .....	50

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian .....	23
Gambar 4.1. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Harga.....	41
Gambar 4.2. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i> ..	42
Gambar 4.3. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Keputusan Pembelian .....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 2. Tabulasi Skor Harga (X1).....	61
Lampiran 3. Tabulasi Skor <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i> (X2).....	64
Lampiran 4. Tabulasi Skor Keputusan Pembelian (Y) .....	67
Lampiran 5. Hasil Validitas Variabel Harga (X1) .....	70
Lampiran 6. Hasil Validitas Variabel <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i> (X2).....	71
Lampiran 7. Hasil Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	72
Lampiran 8. Hasil Reliabilitas Variabel Harga (X1) .....	73
Lampiran 9. Hasil Reliabilitas Variabel <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i> (X2). 74	
Lampiran 10. Hasil Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	75
Lampiran 12. Hasil Koefisien Determinasi Parsial.....	76
Lampiran 13. Hasil Koefisien Determinasi, Hipotesis Parsial (Uji t), Hipotesis Simultan (Uji F) .....	77
Lampiran 14. Daftar Riwayat Hidup Peneliti .....	79