

**PENGARUH REPUTASI, KUALITAS INFORMASI, DAN E-WOM TERHADAP
MINAT BELI PADA SITUS JUAL BELI ONLINE TOKOPEDIA DENGAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI



Oleh:
IQBAL SAPUTRA
NPM. 18610045

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022**



**PENGARUH REPUTASI, KUALITAS INFORMASI, DAN E-WOM TERHADAP
MINAT BELI PADA SITUS JUAL BELI ONLINE TOKOPEDIA DENGAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

**Diajukan
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Penyusunan Skripsi**

Oleh:

IQBAL SAPUTRA

NPM. 18610045

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2022

ABSTRAK

Iqbal Saputra. 2022. Pengaruh *Reputasi, Kualitas Informasi, Dan E-Wom Terhadap Minat Beli* Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan . Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi S1 Akuntansi Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Ratmono, S.E., M.M. Pembimbing (2) Suwanto, S.E., M.M.

Kata Kunci: *Reputasi, Kualitas Informasi, E-Wom, Minat Beli*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Reputasi, Kualitas Informasi, Dan E-Wom Terhadap Minat Beli* Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan. Penelitian ini bersifat kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan menggunakan angka. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis yang meliputi pengujian persyaratan instrument, Pengujian persyaratan analisis dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Reputasi* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan pada situs jual beli online tokopedia. *Kualitas informasi* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan pada situs jual beli online tokopedia. *e-wom* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan pada situs jual beli online tokopedia. *Reputasi* berpengaruh signifikan terhadap *minat beli* pada situs jual beli online tokopedia. *Kualitas informasi* signifikan berpengaruh terhadap *minat beli* pada situs jual beli online tokopedia. *E-wom* signifikan berpengaruh terhadap *minat beli* pada situs jual beli online tokopedia.

ABSTRACT

Iqbal Saputra. 2022. *The Effect of Reputation, Information Quality, and E-Wom on Buying Interest on the Tokopedia Online Buying and Selling Site Mediated by Customer Trust*. Faculty of Economics and Business, S1 Accounting Study Program, Muhammadiyah Metro University. Supervisor (1) Ratmono, S.E., M.M. Supervisor (2) Suwanto, S.E., M.M.

Keywords: Reputation, Information Quality, E-Wom, Buying Interest

This study aims to determine the Effect of Reputation, Information Quality, and E-Wom on Buying Interest on the Tokopedia Online Selling Site Mediated by Customer Trust. This research is quantitative, where quantitative research is research that uses data types that can be measured or calculated directly through the measurement of research variables using numbers. The data analysis technique used is an analytical method which includes testing instrument requirements, testing requirements analysis and testing hypotheses. The results of the study show that reputation has no effect on customer trust on the Tokopedia online buying and selling site. The quality of information has a significant effect on customer trust on the online buying and selling site Tokopedia. e-wom has no effect on customer trust on the online buying and selling site Tokopedia. Reputation has a significant effect on buying interest on the online buying and selling site Tokopedia. The quality of information significantly affects buying interest on the online buying and selling site Tokopedia. E-wom has a significant effect on buying interest on the online buying and selling site, Tokopedia.

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH REPUTASI, KUALITAS INFORMASI, DAN E-WOM TERHADAP
MINAT BELI PADA SITUS JUAL BELI ONLINE TOKOPEDIA DENGAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

IQBAL SAPUTRA

NPM.18610045

Pembimbing I



Ratmono, S.E., M.M.

NIDN. 0220076001

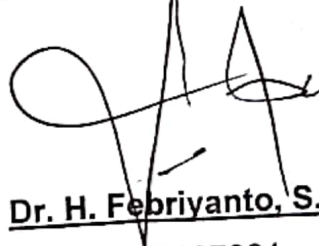
Pembimbing II



H. Suwanto, S.E., M.M.

NIDN.0210036801

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.

NIDN.0223027901

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

PENGARUH REPUTASI, KUALITAS INFORMASI, DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI PADA SITUS JUAL BELI ONLINE TOKOPEDIA DENGAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

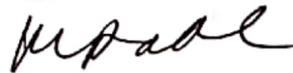
IQBAL SAPUTRA

NPM.18610045

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 8 September 2022
Tempat Ujian : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Metro

Tim Penguji,



Ratmono, S.E., M.M.

Ketua

NIDN. 0220076001

H. Suwanto, S.E., M.M.

Sekretaris

NIDN.0210036801

Dr. Yateno, S.E., M.M.

Penguji Utama

NIDN.0220076001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

H. Suwanto, S.E., M.M.

NIDN: 0210036801



MOTTO

"Lebih baik gagal dalam orisinalitas daripada berhasil meniru".

(Herman Melville)

"Berhentilah menyesali, mulailah mensyukuri. Berhentilah meragukan,
dan mulailah melakukan".

(Mario Teguh)

"sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan".

(QS. Al Insyirah: 6)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat dan nikmat panjang umur. Atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH REPUTASI, KUALITAS INFORMASI, DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI PADA SITUS JUAL BELI ONLINE TOKOPEDIA DENGAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”** dapat diselesaikan dengan baik.

Dengan ini saya mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Kedua Orang tua, Ayahanda dan Ibunda yang selalu berdo'a, memberikan nasehat, arahan, dukungan yang tiada batas kepada penulis untuk tetap semangat dan optimis dalam menghadapi segala sesuatunya. Terimakasih untuk segala kepercayaan yang telah kalian berikan.
2. Bapak Ratmono, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, pengarahannya dalam penyusunan Skripsi.
3. Bapak H. Suwanto, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis sekaligus Dosen Pembimbing II Skripsi ini.
4. Bapak Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
6. Teman-teman seperjuangan Manajemen khususnya, Serta My Beloved Partner Erwin Meilinda yang dari awal hingga akhir bersama dalam suka cita dan terimakasih juga untuk bantuan dan semangatnya.
7. Serta Almamater Kebanggaan Universitas Muhammadiyah Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Maksud dari skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Judul dari Skripsi ini adalah: Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro
2. H. Suwanto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, sekaligus pembimbing II skripsi ini.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Ratmono, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya semoga skripsi ini dapat berlanjut ketahap selanjutnya, sekaligus sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.

Metro, Mei 2022

Penulis,

Iqbal Saputra

NPM. 18610045

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Iqbal Saputra

NPM : 18610045

Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”** adalah benar hasil karya tulisan saya sendiri dan tidak merupakan plagiat dari karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Semua sumber data dan informasi yang saya gunakan dan saya peroleh dalam skripsi saya ini telah saya nyatakan dengan jelas dan benar apa adanya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh universitas.



Iqba

NPM. 18610045



**UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO**

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 3193/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Iqbal Saputra
NPM : 18610045
Jenis Dokumen : TUGAS AKHIR

Judul:

Pengaruh Reputasi Kualitas Informasi Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi

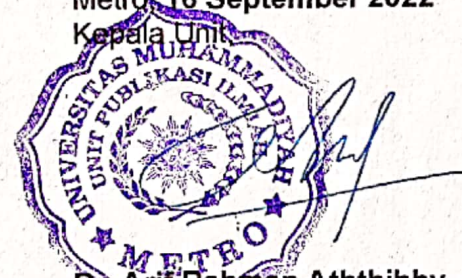
Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 16 September 2022

Kepala Unit



Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.
NIDN. 0203128801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No. 116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,
Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN LOGO.....	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
PERSETUJUAN.....	vi
PENGESAHAN.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xi
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>SIMILARITY CHECK</i>).....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN LITERATUR	8
A. Kajian Literatur.....	8
B. Penelitian Relevan	17
C. Kerangka Berfikir	18
D. Hipotesis Penelitian.....	20

BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Objek dan Lokasi Penelitian.....	22
C. Metode Penelitian	22
D. Operasional Variabel.....	23
E. Populasi dan Sampel	27
F. Jenis Data	28
G. Pengujian Persyaratan Instrumen	28
H. Pengujian Persyaratan Analisis.....	29
I. Hipotesis Statistik.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	32
B. Hasil Penelitian	36
C. Pembahasan.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. Simpulan.....	57
B. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Hasil Penelitian Relevan.....	17
2. Nilai dan Kategori Jawaban Kuisisioner	23
3. Kisi – Kisi Instrumen	26
4. Hasil Uji Reabilitas	37
5. Hasil Uji Normalitas.....	39
6. Hasil Uji Linier.....	41
7. Homogenitas	42
8. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	43
9. Distribusi Frekuensi Reputasi	44
10. Kecenderungan Data Variabel Reputasi.....	45
11. Distribusi Frekuensi Kualitas Informasi	45
12. Kecenderungan Variabel Kualitas Informasi	46
13. Distribusi Frekuensi E-WOM.....	47
14. Kategori Kecenderungan Variabel E-WOM	48
15. Distribusi Frekuensi Kepercayaan	49
16. Kategori Kecenderungan Variabel Kepercayaan Pelanggan	50
17. Tabel ANOVA Reputasi (x1), Kualitas Informasi (x2) dan E_WOM (x3) Terhadap Minat Beli (y)	51
18. Pengaruh Parsial Variabel Reputasi (x1) Terhadap (y).....	52
19. Pengaruh Parsial Variabel Kualitas Informasi (x2) Terhadap Minat Beli (y).....	52
20. Pengaruh Parsial Variabel E-WOM (x3) Terhadap Minat Beli (y).....	53
21. Pengaruh Parsial Variabel Minat Beli (y) Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Z).....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	18
2. Struktur Organisasi PT Tokopedia.....	34
3. Normal P-P Plot Or Regression Standartizerd Resedual.....	40
4. Histogram Distribusi Frekuensi Reputasi.....	44
5. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Informasi.....	46
6. Histogram Distribusi Frekuensi E-WOM.....	48
7. Histogram Distribusi Frekuensi Kepercayaan Pelanggan.....	50
8. Pengujian Persamaan Analisis Jalur (PATH Analysis).....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisisioner Penelitian	
2. Hasil Penyebaran Kuisisioner Penelitian	
3. Data Kuisisioner Minat Beli (Y)	
4. Data Kuisisioner Reputasi (X1)	
5. Data Kuisisioner Kualitas Informasi (X2)	
6. Data Kuisisioner E-WOM (X3)	
7. Hasil Uji Validitas	
8. Hasil Uji Normalitas	
9. Hasil Uji Linieritas	
10. Hasil Uji Homogenitas	