

**PENGARUH *TRUST*, *E-SERVICE QUALITY*, DAN *E-WORD OF MOUTH* TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI *ONLINE MARKETPLACE* PADA SISWI SMK NEGERI 6 BEKASI**

**Sovia Wahyu Eka Pratiwi**

**1707618062**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2023**

***THE INFLUENCE OF TRUST, E-SERVICE QUALITY, AND E-WORD OF MOUTH ON PURCHASE DECISIONS THROUGH ONLINE MARKETPLACES FOR FEMALE STUDENTS AT SMK NEGERI 6 BEKASI***

**Sovia Wahyu Eka Pratiwi**

**1707618062**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

***This Thesis Is Structured as One Of The Requirements to Obtain A Bachelor Of Education Degree at The Faculty of Economics, State University of Jakarta***

***BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**2023**

## ABSTRAK

*Online marketplace* adalah sebuah wadah dimana penjual dan pembeli bertemu secara *online*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan pada akhirnya mengetahui pengaruh *Trust*, *E-Service Quality*, dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap *Purchase decision* melalui *online marketplace* pada siswi SMK Negeri 06 Bekasi. Responden dalam penelitian ini merupakan 140 siswi aktif SMK Negeri 06 Bekasi. Penelitian ini menggunakan data primer yang saya peroleh datanya dengan cara menyebarkan kuisioner *online* dan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS (*Statistikal Package for the Social Sciens*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *P-value* secara keseluruhan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *Trust*, *E-Service Quality*, dan *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase decision* melalui *online marketplace*.

**Kata Kunci:** *online marketplace*, *Trust*, *E-Service Quality*, *Electronic Word Of Mouth*, *Purchase decision*.

## **ABSTRACT**

*Online marketplace is a place where sellers and buyers meet online. The purpose of this study was to test and ultimately determine the effect of Trust, E-Service Quality, and Electronic Word Of Mouth on Purchase decisions through online marketplaces for female students at SMK Negeri 06 Bekasi. Respondents in this study were 140 active female students at SMK Negeri 06 Bekasi. This study used primary data which I obtained by distributing online questionnaires and processing data using the SPSS (Statistikal Package for the Social Sciens) application. The results of this study indicate that the overall P-value is less than 0.05, so it can be concluded that Trust, E-Service Quality, and Electronic Word Of Mouth have a positive and significant effect on Purchase decisions through online marketplaces.*

**Keywords:** *online marketplace, Trust, E-Service Quality, Electronic Word Of Mouth, Purchase decision.*

## LEMBAR PENGESAHAN

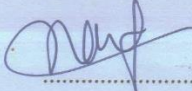
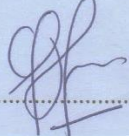
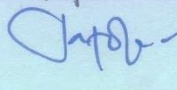
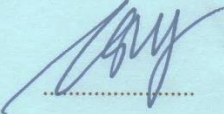
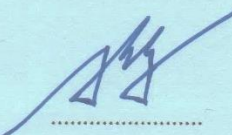
### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd.  
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd NIP 199302202019032022 (Ketua Penguji)		02/02/2023
2	Ika Febrilia, SE, MM NIP 198702092015042001 (Penguji 1)		01/02/2023
3	Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIDN 0002038107 (Penguji 2)		02/02/2023
4	Dr. Osly Usman, M.Bus NIP 197612112000122001 (Pembimbing 1)		02/02/2023
5	Shandy Aditya, BIB, MPBS NIP 198404082019031003 (Pembimbing 2)		01/02/2023

Nama : Sovia Wahyu Eka Pratiwi  
No. Registrasi : 1707618062  
Program Studi : Pendidikan Bisnis  
Tanggal Lulus : 26 Januari 2023

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli yang disusun oleh peneliti dan belum pernah diajukan dalam proses penerimaan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini belum di publikasikan secara tertulis, kecuali tercantum secara jelas nama dan pengarang dalam naskah dan daftar pustaka.
3. Pernyataan dibuat dengan sungguh-sungguh, jika terjadi penyimpangan atau ketidaksesuaian saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik dan sanksi lainnya mengikuti norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 20 Desember 2022,

Yang membuat pernyataan,



Sovia Wahyu Eka Pratiwi

NIM. 1707618062

# SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sovia Wahyu Eka Pratiwi  
NIM : 1707618062  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / Pendidikan Bisnis  
Alamat email : Soviawahyu@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh *Trust*, *E-Service Quality*, dan *E-Word Of Mouth* terhadap *Purchase Decision* melalui *online marketplace* pada siswi SMK Negeri 6 Bekasi.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Januari 2023

Penulis

(Sovia Wahyu Eka Pratiwi)

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.. dengan mencurahkan segala rasa syukur dan terimakasih, saya persembahkan skripsi ini untuk Mama dan Papa tercinta yang selalu mendoakan, mensupport, dan mencintai saya.





## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memeberikan berkah, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Trust*, *E-Service Quality*, dan *e-word of mouth* terhadap *Purchase decision* melalui *online marketplace* pada siswi SMK Negeri 6 Bekasi”.

Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan sehingga skripsi ini tidak mungkin akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis haturkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
2. Ibu Nadya Fadillah Fidyallah, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis;
3. Bapak Dr. Osly Usman, M.Bus. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah membimbing dengan baik dan sabar, serta memberi arahan, memberi kritik dan saran yang membangun, dan juga membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini;
4. Bapak Shandy Aditya, BIB, MPBS selaku Dosen Pembimbing II, yang juga telah menjadi dosen pembimbing yang sangat suportif untuk membimbing,

memberi insight, dan membantu penulis dalam proses penulisan skripsi maupun proses mencari jati diri dalam masa perkuliahan ini;

5. Orangtua dan keluarga tercinta yang menjadi support system nomor satu. Mamaku Yuli Nuraely yang tidak pernah bosan memanjatkan doa, Papaku Joko Waluyo yang selalu menjadi inspirasi, dan Adikku Aurellia yang selalu memberikan warna pada hidup penulis.
6. Bapak R. Prawoto Hari Wibowo, M.Pd selaku kepala sekolah SMK Negeri 06 Bekasi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian skripsi ini di SMK Negeri 06 Bekasi.
7. Ibu Sri Wahyudiyati, S.P, M.Pd selaku wakil kepala sekolah bidang kurikulum SMK Negeri 06 Bekasi yang telah mendukung dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian di SMK Negeri 06 Bekasi.
8. Guru-guru SMK Negeri 06 Bekasi yang telah meluangkan waktu berharganya untuk membantu proses penyebaran kuesioner. Serta adik-adik siswi SMK Negeri 06 Bekasi yang telah bersedia menjadi responden, terima kasih telah membantu untuk mengisi kuesioner.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta atas ilmu dan motivasi yang telah diberikan.
10. Mas Dendi Aditya yang senantiasa sabar menemani dan mensupport selama masa akhir perkuliahan yang naik turun ini.
11. Seluruh sahabat-sahabatku; geng kampreds, geng safari, geng Jahannam, Habib P Dayusaputra, Aulia N Izzati, dan sahabat-sahabatku tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan motivasi.

12. Teman-teman satu kelasku Pendidikan Bisnis B 2018 yang telah menjadi teman yang menyenangkan bagi penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta.
13. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis yang mohon maaf tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan berkah-Nya.

Jakarta, 20 Desember 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Kebaruan Penelitian .....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1 Teori Pendukung .....	17
2.1.1 Trust.....	17
2.1.2 E-Service Quality.....	23
2.1.3 Electronic Word Of Mouth.....	30
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	34

2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....	40
2.2.1 Pengaruh Trust terhadap Keputusan Pembelian .....	40
2.2.2 Pengaruh E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian...	41
2.2.3 Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.2.4 Pengaruh Trust, E-Service Quality, dan Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian .....	44
2.3 Hipotesis.....	45
2.4 Penelitian Terdahulu .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	49
3.1.1 Waktu Penelitian.....	49
3.1.2 Tempat Penelitian .....	49
3.2 Desain Penelitian.....	50
3.3 Populasi dan Sampel .....	50
3.3.1 Populasi.....	50
3.3.2 Sampel .....	50
3.4 Pengembangan Instrumen .....	51
3.4.1 Trust.....	52
3.4.2 E-Service Quality.....	57
3.4.3 Electronic Word Of Mouth.....	62
3.4.4 Keputusan Pembelian .....	66
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	71
3.6 Teknik Analisis Data.....	71
3.6.1 Uji Persyaratan Analisis.....	72

3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	73
3.6.3 Persamaan Regresi Berganda.....	76
3.6.4 Uji Hipotesis .....	78
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	80
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>81</b>
4.1 Deskripsi data.....	81
4.1.1 Profil Responden.....	81
4.1.2 Analisis Deskriptif .....	82
4.1.3 Analisis Tabulasi Silang .....	95
4.2 Hasil .....	97
4.2.1 Uji Persyaratan Analisis.....	97
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	101
4.2.3 Persamaan Regresi Berganda.....	105
4.2.4 Uji Hipotesis .....	107
4.2.5 Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	109
4.2.6 Sumbangan Variabel Independen .....	110
4.3 Pembahasan.....	115
4.3.1 Pengaruh Trust terhadap Purchase Decision .....	115
4.3.2 Pengaruh Electronic Service Quality terhadap Purchase Decision .....	117
4.3.3 Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Purchase Decision .....	119
4.3.4 Pengaruh Trust, Electronic Service Quality, dan Electronic Word Of Mouth terhadap Purchase Decision .....	121
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>124</b>
5.1 Kesimpulan.....	124

5.2 Implikasi.....	125
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	125
5.2.2 Implikasi Praktis .....	126
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	127
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	128
DAFTAR PUSTAKA .....	130
LAMPIRAN.....	136



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2021 .....	1
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna <i>Online Marketplace</i> di Indonesia 2022.....	4
Gambar 1.3 <i>User Interface</i> Aplikasi Tokopedia dan Shopee .....	6
Gambar 2.1 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	41
Gambar 2.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	42
Gambar 2.3 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	44
Gambar 2.4 Pengaruh <i>Trust, E-Service Quality, dan Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	45
Gambar 4.1 Histogram <i>Trust</i> .....	85
Gambar 4.2 Histogram <i>E-Service Quality</i> .....	88
Gambar 4.3 Histogram <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	91
Gambar 4.4 Histogram <i>Purchase Decision</i> .....	94
Gambar 4.5 Uji Normalitas dengan Normal P-Plot .....	98
Gambar 4.6 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	104



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu <i>Trust</i> .....	46
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu <i>E-Service Quality</i> .....	47
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	47
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen <i>Trust</i> .....	53
Tabel 3.2 Skala Penilaian Instrumen <i>Trust</i> .....	54
Tabel 3.3 Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Trust</i> .....	55
Tabel 3.4 Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Trust</i> .....	56
Tabel 3.5 Kisi-Kisi Instrumen <i>E-Service Quality</i> .....	58
Tabel 3.6 Skala Penilaian Instrumen <i>E-Service Quality</i> .....	59
Tabel 3.7 Uji Validitas Instrumen Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	60
Tabel 3.8 Uji Validitas Instrumen Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	62
Tabel 3.9 Kisi-Kisi Instrumen <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	63
Tabel 3.10 Skala Penilaian Instrumen <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	64
Tabel 3.11 Uji Validitas Instrumen Variabel <i>E-Word Of Mouth</i> .....	65
Tabel 3.12 Uji Validitas Instrumen Variabel <i>E-Word Of Mouth</i> .....	66
Tabel 3.13 Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 3.14 Skala Penilaian Instrumen Keputusan pembelian.....	68
Tabel 3.15 Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan pembelian .....	69

Tabel 3.16 Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan pembelian .....	70
Tabel 3.17 Skala Likert .....	71
Tabel 4.1 Klasifikasi Jurusan Responden .....	81
Tabel 4.2 Klasifikasi Kelas Responden .....	82
Tabel 4.3 Deskripsi Data <i>Trust</i> .....	83
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi <i>Trust</i> .....	84
Tabel 4.5 Rata-rata Skor Hitung Indikator <i>Trust</i> .....	85
Tabel 4.6 Deskripsi Data <i>E-Service Quality</i> .....	86
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi <i>E-Service Quality</i> .....	87
Tabel 4.8 Rata-rata Skor Hitung Indikator <i>E-Service Quality</i> .....	88
Tabel 4.9 Deskripsi Data <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	89
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	90
Tabel 4.11 Rata-rata Skor Hitung Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	91
Tabel 4.12 Deskripsi Data <i>Purchase Decision</i> .....	92
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi <i>Purchase Decision</i> .....	93
Tabel 4.14 Rata-rata Skor Hitung Indikator <i>Purchase Decision</i> .....	95
Tabel 4.15 Jurusan dengan <i>Purchase decision</i> .....	95
Tabel 4.16 Kelas dengan <i>Purchase decision</i> .....	96
Tabel 4.17 Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test .....	98
Tabel 4.18 Hasil Uji Linearitas X1 dengan Y .....	99

Tabel 4.19 Hasil Uji Linearitas X2 dengan Y .....	100
Tabel 4.20 Hasil Uji Linearitas X3 dengan Y .....	100
Tabel 4.21 Uji Multikolinieritas.....	101
Tabel 4.22 Uji Autokorelasi.....	102
Tabel 4.23 Tabel Durbin-Watson.....	103
Tabel 4.24 Uji Heteroskedastisitas.....	104
Tabel 4.25 Uji Regresi Berganda .....	105
Tabel 4.26 Uji F .....	107
Tabel 4.27 Uji t .....	108
Tabel 4.28 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	109
Tabel 4.29 Koefisien Beta.....	110
Tabel 4.30 Koefisien Beta.....	111
Tabel 4.31 Koefisien Beta.....	111
Tabel 4.32 Nilai Substitusi Sumbangan Relatif.....	113

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	136
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	144
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	153
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas .....	154
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	157
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas .....	157
Lampiran 7 Hasil Uji F .....	158
Lampiran 8 Hasil Uji T .....	158
Lampiran 9 Hasil Linearitas.....	158
Lampiran 10 Uji Heteroskedastisitas .....	159
Lampiran 11 Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	159
Lampiran 12 Hasil Analisis Deskriptif .....	159
Lampiran 13 Surat Permohonan Izin Penelitian .....	163
Lampiran 14 Hasil Turnitin.....	164
Lampiran 15 Form Saran Perbaikan .....	166