PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* DI SHOPEE MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN

SILVIANA EKA SAPUTRI

1705621057

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

THE INFLUENCE OF INFORMATION QUALITY AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON SMARTPHONE PURCHASE DECISIONS ON SHOPEE THROUGH CONSUMER TRUST

SILVIANA EKA SAPUTRI

1705621057

This thesis was compiled to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor of Management degree at the Faculty of Economics, Jakarta State University

BACHELOR'S DEGREE PROGRAM IN MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

JAKARTA STATE UNIVERSITY

2025

ABSTRAK

Silviana Eka Saputri, 2025; Pengaruh Kualitas Informasi dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* di Shopee melalui Kepercayaan Konsumen. Skripsi, Jakarta: Program S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Prof. Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si & Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia mendorong perubahan perilaku belanja konsumen, termasuk dalam pembelian *smartphone* di Shopee. Dalam proses tersebut, kualitas informasi dan *electronic word of mouth* menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian *smartphone* di Shopee, baik secara langsung maupun melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel penelitian ini adalah individu berusia di atas 17 tahun, berdomisili di Jabodetabek, dan pernah membeli *smartphone* dalam satu tahun terakhir, dengan jumlah sampel sebanyak 266 responden. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antarvariabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima. Kualitas informasi dan *electronic word of mouth* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara langsung maupun melalui mediasi kepercayaan konsumen. berdasarkan temuan tersebut, penelitian merekomendasikan agar penjual *smartphone* di Shopee meningkatkan kualitas informasi produk meliputi kejelasan, akurasi, kelengkapan, dan keterkinian informasi, serta mengelola ulasan konsumen secara optimal untuk mendorong terciptanya *electronic word of mouth* positif sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Informasi, *Electronic Word of Mouth*, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian, *E-commerce*.

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Silviana Eka Saputri, 2025; The Influence of Information Quality and Electronic Word of Mouth on Smartphone Purchase Decisions on Shopee through Consumer Trust. Thesis, Jakarta: Baxhelor of Management Program, Faculty of Economic and Business, Universitas Negeri Jakarta, Supervising Commitee: Prof. Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si & Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A

The growth of e-commerce in Indonesia has significantly influenced consumer shopping behavior, including smartphone purchases on Shopee. In this context, information quality and electronic word of mouth (e-WOM) play important roles in shaping purchasing decisions through consumer trust. This study aims to analyze the influence of information quality and electronic word of mouth on smartphone purchasing decisions on Shopee, both directly and indirectly through consumer trust as a mediating variable. This research employed a quantitative method with a survey approach. The unit of analysis consisted of individuals aged over 17 years, residing in the Jabodetabek area, and having purchased a smartphone on Shopee within the past year, resulting in a total sample of 266 respondents. Data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to examine the relationships among the research variables. The findings indicate that all proposed hypotheses were supported. Information quality and electronic word of mouth have a positive and significant effect on purchasing decisions, both directly and through the mediation of consumer trust. Based on these results, the study recommends that smartphone sellers on Shopee enhance the quality of product information—particularly in terms of clarity, accuracy, completeness, and timeliness—and effectively manage consumer reviews to foster positive electronic word of mouth, thereby increasing consumer trust and purchasing decisions.

Keywords: *Information Quality, Electronic Word of Mouth, Consumer Trust, Purchase Decision, E-commerce.*

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
NIP. 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. M. Edo Suryawan Siregar, SE., M.B.A. NIP. 197201252002121002 (Ketua Penguji)	.....	08 / 2026 / 01 .....
2	Dr. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si NIP. 197206171999031001 (Penguji 1)	.....	26 / 2026 / 01 .....
3	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. NIP. 197412212008121001 (Penguji 2)	.....	08 / 2026 / 01 .....
4	Prof. Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si. NIP. 197205062006041002 (Pembimbing 1)	.....	08 / 2026 / 01 .....
5	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A. NIP. 199111022022032013 (Pembimbing 2)	.....	08 / 2026 / 01 .....

Nama : Silviana Eka Saputri
No. Registrasi : 1705621057
Program Studi : S-1 Manajemen
Tanggal Lulus : 12 November 2025

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus Universitas Negeri Jakarta, SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220 Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik feb@unj.ac.id
Laman www.feb.unj.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Silviana Eka Saputri
NIM	: 1705621057
Program Studi	: S1 Manajemen
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan kecuali secara tertulis jelas dicantumkan sebagai acuan dalam nasikan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan kekeliruan, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebgaimana mestinya.

Jakarta, 10 Desember 2025
Yang membuat pernyataan,

Silviana Eka Saputri
NIM. 1705621057

PERSETUJUAN PUBLIKASI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: 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	: Silviana Eka Saputri
NIM	: 1705621057
Fakultas/Prodi	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen
Alamat email	: silvianaekasaputri77@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 Kualitas Informasi dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* di Shopee melalui Kepercayaan Konsumen.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif 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, 10 Desember 2025

Penulis

Silviana Eka Saputri

Scanned with CamScanner

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayat-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *"Pengaruh Kualitas Informasi dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan pembelian Smartphone di Shopee melalui Kepercayaan Konsumen."* Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses menyusun skripsi, penulis menerima banyak dukungan, saran, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. M, Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A., selaku Koordinator program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan dukungan dan arahan selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
3. Bapak Prof. Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I atas bimbingan, ilmu, dan arahan selama proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A., selaku Dosen Pembimbing II atas segala saran, arahan, dukungan, dan perhatian selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu serta wawasan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

6. Mama, Bapak, serta kedua adik kembar penulis, Dani dan Dina yang selalu memberikan doa, dukungan, kesabaran, dan kasih sayang yang tidak pernah berhenti.
7. Teman-teman Bismillah Cumlaude Aamiin (BCA), Audi, Bunga, Nadya, Daffa, Ibam, Iam yang membantu penulis selama perkuliahan.
8. Nandhita yang telah menemani, memberi semangat, mendengarkan keluh kesah, serta memberikan saran dan solusi selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
9. *I would like to thank Mikey, Xiao, and Angelo Lagusa for being sources of motivation and emotional support during the thesis-writing process. The determination and spirit represented by them helped the writer stay motivated and made the days more meaningful.*
10. *My appreciation is also extended to Michael Martin Kaminski (Plaza), whose music accompanied the writer during the yudisium period and provided encouragement in completing all required administrative processes, leading the writer toward the next stage of life.*
11. Terakhir kepada diri saya sendiri, Silviana Eka Saputri, yang telah berhasil berjuang melawan rasa malas, rasa ngantuk, dan cenderung menunda, serta tetap menyelesaikan skripsi hingga akhir sebagai langkah awal menuju kehidupan setelah perkuliahan dan perjalanan panjang ke depannya (JP → IT).

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis sangat berharap saran dan kritik supaya memberikan hasil yang lebih baik

di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 08 Desember 2025

Silviana Eka Saputri

NIM 1705621057

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

ABSTRAK ii

ABSTRAK iii

DAFTAR ISI x

DAFTAR GAMBAR v

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR LAMPIRAN vii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Pertanyaan Penelitian 11

1.3 Tujuan Penelitian 11

1.4 Manfaat Penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA 14

2.1 Teori Pendukung 14

2.1.1 Kualitas Informasi 19

2.1.2 *Electronic Word of Mouth* 22

2.1.3 Kepercayaan Konsumen 25

2.1.4 Keputusan Pembelian 27

2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis 31

2.2.1 Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian 31
2.2.2 Kualitas Informasi terhadap Kepercayaan Konsumen 32
2.2.3 *Electronic Word of Mouth* terhadap Kepercayaan Konsumen 33
2.2.4 *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian..... 34
2.2.5 Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian..... 35
2.2.6 Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen 37
2.2.7 *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen 38
2.3 Kerangka Penelitian 40
2.4 Hasil Penelitian yang Relevan..... 40
2.5 Hipotesis Penelitian..... 47
BAB III METODE PENELITIAN..... 48
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 48
3.2 Desain Penelitian 48
3.3 Populasi dan Sampel 49
3.3.1 Populasi..... 49
3.3.2 Sampel..... 49
3.4 Pengembangan Instrumen 51
3.4.1 Variabel Penelitian 51

3.4.2 Definisi Konseptual 52
3.4.3 Operasional Variabel 55
3.4.4 Skala Pengukuran 57
3.5 Teknik Pengumpulan Data 58
3.6 Teknik Analisis Data 58
3.6.1 Analisis Deskriptif 59
3.6.2 Analisis Model Pengukuran *(Outer Model)* 60
3.6.3 Analisis Model Struktural *(Inner Model)* 61
BAB IV PEMBAHASAN 64
4.1 Deskripsi Data 64
4.1.1 Karakteristik Responden 64
4.1.2 Analisis Deskriptif 69
4.2 Hasil 78
4.2.1 Pengujian *Outer* Model 78
4.2.2 Uji Reliabilitas 83
4.2.3 Pengujian *Inner* Model 85
4.2.4 Uji Hipotesis 89
4.3 Pembahasan 92
4.3.1 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian 92
4.3.2 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepercayaan Konsumen 93

4.3.3 Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Kepercayaan Konsumen 94
4.3.4 Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian 95
4.3.5 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian96
4.3.6 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen 97
4.3.7 Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen 98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 100
5.1 Kesimpulan 100
5.2 Implikasi 101
5.2.1 Implikasi Teoretis 101
5.2.2 Implikasi Praktis 102
5.3 Keterbatasan Penelitian 104
5.4 Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya 105
DAFTAR PUSTAKA 106
LAMPIRAN 117

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Transaksi *E-commerce* Indonesia 2019-2024 1

Gambar 1.2 Negara Penyumbang Kunjungan Terbanyak ke Situs *E-commerce* Shopee 3

Gambar 1.3 E-commerce dengan pengunjung terbanyak di Indonesia..... 4

Gambar 2.1 Model Kerangka Teori..... 40

Gambar 4.1 Hasil Uji *Outer* Model..... 78

Gambar 4.2 Hasil Uji *Inner* Model 85

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Alasan Masyarakat Memilih Metode Belanja Online 2

Tabel 2.1 Teori Pendukung Model 40

Tabel 3.1 Operasional Variabel 55

Tabel 3.2 Skala Likert 58

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 65

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 65

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 66

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 67

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 68

Tabel 4.6 Karaktteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan..... 68

Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Kualitas Informasi 70

Tabel 4.8 Analisis Deksriptif Electronic Word of Mouth..... 72

Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Kepercayaan Konsumen..... 74

Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian 76

Tabel 4.11 Hasil Uji Outer Loading 79

Tabel 4.12 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)..... 80

Tabel 4.13 Hasil Uji Cross Loading 81

Tabel 4.14 Hasil Uji HTMT 83

Tabel 4.15 Hasil Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability..... 84

Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas 86

Tabel 4.17 Hasil Uji R Square (R^2) 87

Tabel 4.18 Hasil Uji F Square (F^2)..... 88

Tabel 4.19 Hasil Uji Q Square (Q^2) 89

Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis 89

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pembukaan Kuesioner 117

Lampiran 2 Pertanyaan Karakteristik Responden 117

Lampiran 3 Pertanyaan Profil Responden 118

Lampiran 4 Petunjuk Pengisian Kuesioner 119

Lampiran 5 Pertanyaan Kuesioner 119

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
Intelligentia - Dignitas