

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT BELI DI FAMILYMART PAHLAWAN
REVOLUSI JAKARTA TIMUR**

WAHID PASHA PURNAMA

1710622080



Intelligentia - Dignitas

**BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

***THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH,
CUSTOMER EXPERIENCE, AND TRUST ON PURCHASE
INTENTION AT FAMILYMART PAHLAWAN REVOLUSI, EAST
JAKARTA***

WAHID PASHA PURNAMA

1710622080

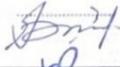


Intelligentia - Dignitas

**DIGITAL BUSINESS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA STATE UNIVERSITY**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Corry Yohana, M.M NIP 195909181985032011 (Ketua Sidang)		20/1/2026
2	Fildzah Shabrina, S.Pd., M.Kom NIP 199409272024062001 (Penguji 1)		20/1/2026
3	Fauzan Fadlullah S.Ak., M.Kom NIP 199705232024061001 (Penguji 2)		20/1/2026
4	Adnan Kasofi, S.Pd., MBA NIP 199107022023211023 (Pembimbing 1)		20/1/2026
5	Sabo Hermawan, S.Kom., M.Si NIP 199102272024061001 (Pembimbing 2)		20/1/2026

Nama : Wahid Pasha Purnama
No. Registrasi : 1710622080
Program Studi : S1 Bisnis Digital
Tanggal Lulus : 20 Januari 2026

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

Intelligentia - Dignitas

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proposal ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan guna memperoleh gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Proposal ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, 03 Desember 2025



Wahid Pasha Purnama

1710622080

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI



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

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 : Wahid Pasha Purnama
NIM : 1710622080

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 Bisnis Digital
Alamat email : wahidpashapurnama1@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli di FamilyMart Pahlawan Revolusi Jakarta Timur

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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, 25 Januari 2026
Penulis


(Wahid Pasha Purnama)

ABSTRAK

Wahid Pasha Purnama, Pengaruh Electronic Word of Mouth, Pengalaman Pelanggan, dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada FamilyMart Pahlawan Revolusi: Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Fenomena persaingan industri ritel modern di Indonesia semakin meningkat seiring dengan perubahan perilaku konsumen dan berkembangnya digitalisasi informasi. Meskipun FamilyMart berhasil melakukan ekspansi gerai di berbagai wilayah, namun terjadi penurunan Top Brand Index yang menunjukkan adanya permasalahan pada aspek nonfisik seperti persepsi pelanggan, pengalaman berbelanja, serta kepercayaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Electronic Word of Mouth, Pengalaman Pelanggan, dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada FamilyMart Pahlawan Revolusi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan FamilyMart Pahlawan Revolusi, serta dianalisis menggunakan teknik Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Electronic Word of Mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Pengalaman Pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, dimana pengalaman berbelanja yang nyaman, fasilitas yang memadai, serta kemudahan transaksi mampu meningkatkan dorongan pembelian pelanggan. Selain itu, Kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, yang menunjukkan bahwa keyakinan pelanggan terhadap kualitas produk, pelayanan, serta konsistensi perusahaan menjadi faktor penting dalam membentuk niat pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi ulasan digital, pengalaman langsung pelanggan, dan tingkat kepercayaan merupakan determinan utama dalam meningkatkan Minat Beli pelanggan pada ritel modern, khususnya FamilyMart. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan, menjaga reputasi ulasan online, serta membangun kepercayaan pelanggan secara berkelanjutan sebagai strategi pemasaran di masa mendatang.

Kata Kunci: Electronic Word of Mouth, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan, Minat Beli, Ritel Modern

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Wahid Pasha Purnama, The Influence of Electronic Word of Mouth, Customer Experience, and Trust on Purchase Intention at FamilyMart Pahlawan Revolusi: Thesis, Jakarta: Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

The phenomenon of competition in the modern retail industry in Indonesia is increasing along with changes in consumer behavior and the rapid growth of digital information. Although FamilyMart has successfully expanded its outlets across various regions, a decline in the Top Brand Index indicates problems in non-physical aspects such as customer perception, shopping experience, and trust. This study aims to analyze the influence of Electronic Word of Mouth, Customer Experience, and Trust on Purchase Intention at FamilyMart Pahlawan Revolusi. The research employed a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to FamilyMart Pahlawan Revolusi customers and was analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS). The results show that Electronic Word of Mouth has a positive and significant effect on Purchase Intention. Customer Experience also has a positive and significant effect on Purchase Intention, where comfortable shopping experiences, adequate facilities, and transaction convenience can increase customers' buying interest. In addition, Trust has a positive and significant influence on Purchase Intention, indicating that customers' confidence in product quality, service, and company consistency plays an important role in shaping purchase intention. These findings confirm that the combination of digital reviews, direct customer experience, and trust level are key determinants in increasing customer Purchase Intention in modern retail, particularly FamilyMart. Therefore, companies need to improve service quality, maintain positive online reviews, and continuously build customer trust as part of future marketing strategies.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Customer Experience, Trust, Purchase Intention, Modern Retail*

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT. atas limpahan rahmat, taufik, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat diberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Electronic Word of Mouth, Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli di FamilyMart Pahlawan Revolusi Jakarta Timur” dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Pada proses penyusunannya, penulis banyak menerima bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A, selaku Koordinator Program Studi Bisnis Digital Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu penulis dalam memberikan arahan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Adnan Kasofi, S.pd., M.B.A, selaku dosen pembimbing pertama penulis yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta perhatian selama proses penyusunan skripsi ini.

4. Sabo Hermawan, S.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan arahan dan masukan yang berharga serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen, dan karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang memberikan ilmu dan bantuan dalam perkuliahan.
6. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan moral, motivasi, dan doa kepada penulis.
7. Shalsa Nurliana wanita yang selalu memberikan kontribusi berupa semangat dan motivasi setiap harinya kepada penulis, terima kasih sudah hadir dalam kehidupan penulis, kalau tidak ada dia penulis mungkin tidak akan semangat dan termotivasi dalam mengerjakan skripsi. Terima kasih sudah mau hadir dalam kehidupan penulis. *Ti Amo.*
8. Sahabat penulis, yaitu Aamen, Akbar, Hipnu, Sadik, Rio dan Viyo yang telah memberikan bantuan, dukungan, semangat, serta kebersamaan selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi para pembaca.

Jakarta, 02 Desember 2025

Wahid Pasha Purnama

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Pendukung.....	14
2.2 <i>Grand Theory</i>	24
2.3 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
2.5 Penelitian Terdahulu	33
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Waktu Dan Tempat Penelitian.....	36
3.2 Desain Penelitian.....	36

3.3 Populasi Dan Sampel.....	37
3.4 Pengembangan Instrumen.....	39
3.5 Model Penelitian.....	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Data.....	54
4.2 Hasil dan Pembahasan	62
4.3 Output	75
BAB V.....	78
PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Implikasi	79
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	79
5.2.2 Implikasi Praktis.....	79
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	80
5.4 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	90

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rating FamilyMart Pahlawan Revolusi.....	7
Gambar 2.1 Theory Planned of Behavior.....	25
Gambar 4.1 Structural Model.....	75
Gambar 4.2 Prototype.....	76



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Gerai FamilyMart	4
Tabel 1.2 Top Brand Index	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Electronic Word of Mouth	40
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Pengalaman Pelanggan.....	41
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Kepercayaan.....	43
Tabel 3.4 Skala Pengukuran Minat Beli	44
Tabel 3.5 Skala Pengukuran	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	55
Tabel 4.2 Klasifikasi TCR	58
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Electronic Word of Mouth	58
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel Pengalaman Pelanggan.....	60
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan	60
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli	61
Tabel 4.7 Outer Loading.....	63
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.9 Uji Fornell Lacker Criterion	67
Tabel 4.10 Uji R-Square.....	68
Tabel 4.11 Uji Q-Square.....	69
Tabel 4.12 Uji Hipotesis.....	69

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Persetujuan Seminar Proposal Skripsi	90
Lampiran 2 Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing.....	91
Lampiran 3 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	92
Lampiran 4 Lembar Saran dan Perbaikan Skripsi.....	93
Lampiran 5 Surat Persetujuan Sidang Skripsi	94
Lampiran 6 Persetujuan Pembimbing untuk Sidang Skripsi	95
Lampiran 7 Persetujuan Setelah Sidang Skripsi	96
Lampiran 8 Hasil Turnitin	97
Lampiran 9 Riwayat Hidup	98



Intelligentia - Dignitas