

SKRIPSI

PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN *ELECTRONIC*

***WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

PRODUK ELEKTRONIK PADA PENGGUNA SHOPEE

BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh :

MUHAMMAD MUGNI SALIM

NIM : 1810412310032



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

BANJARMASIN

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELEKTRONIK PADA PENGGUNA SHOPEE DI BANJARMASIN

Nama Mahasiswa : Muhammad Mugni Salim
NIM : 1810412310032

- A. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
B. Tim penguji:

a. Pembimbing

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB : [.....] NIP. 197511052001122001

b. Penguji I

Drs. Sugiharto, MS : [.....] NIP. 195906151087031004

c. Penguji II

Dr. Taharuddin, S.Sos, MM : [.....] NIP. 197401102000031001

Banjarmasin, 11 Oktober 2023

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

Hj. Nurul Wahyuni, S. Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Hj. Nurul Wahyuni, S. Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Mengetahui

Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 2943/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
2. Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
3. Drs. Sugiharto, MS

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Muhammad Mugni Salim
NIM : 1810412310032
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kelengkapan Produk dan E-Wom Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Elektronik Pada Pengguna
Shopee di Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Senin, 05 Juni 2023
J a m : 14.00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang 1

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 29 Mei 2023
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin tanggal 05 bulan Juni tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2943/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 29 Mei 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Muhammad Mugni Salim
NIM : 1810412310032
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kelengkapan Produk dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Pada Pengguna Shopee di Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Sidang 1
Waktu Ujian : 14.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 82 (A)
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 05 Juni 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Muhammad Mugni Salim

1. Ketua : Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB

()

2. Sekretaris : Dr. Taharuddin, S.Sos, MM

()

3. Anggota : Drs. Sugiharto, M.Si

()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. D e k a n

Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197505301927001



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Kelengkapan Produk dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Pada Pengguna Shopee di Banjarmasin”, sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat dan Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Seluruh Dosen serta staff Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

5. Kedua orang tua yang telah banyak memberikan dukungan moral maupun material.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, 05 Juni 2023

Penulis

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan timpenguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai dengan undang- undang yang berlaku.

Banjarmasin, 12 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan,

Muhammad Mugni Salim

NIM.1810412310032

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin, sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Atas karunia serta kemudahan yang Allah berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada sang junjungan Nabi Muhammad SAW.

**Kupersembahkan karya ini kepada sosok paling penting dalam hidup saya
yaitu Ibu dan Ayah**

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kepada kalian yang telah memberikan cinta, kasih sayang, dan dukungan serta ridhonya.

Kepada teman-teman yang selalu hadir saat senang dan sedih, yang telah memberikan tawa, dukungan, dan kebaikan hati, terima kasih atas kehadiran kalian dalam hidup saya. Kalian adalah penawar dalam saat-saat sulit dan cahaya di hari-hari gelap.

Terima kasih yang tak terhingga saya ucapkan kepada semua responden yang telah memberikan waktu mereka untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Tanpa keramahan Anda, penelitian ini tidak akan menjadi mungkin

Teruntuk diri saya sendiri, saya berjanji untuk terus merayakan pencapaian Anda dan terus mendukung Anda dalam perjalanan Anda ke depan. Anda pantas mendapatkan apresiasi dan penghargaan setinggi-tingginya.

Terima kasih, kepada diri saya sendiri, karena Anda adalah pahlawan dalam cerita hidup ini. Semoga Anda terus berkembang dan mencapai semua impian dan tujuan yang Anda inginkan.

Tujuan besar tidak dicapai dengan langkah besar, tetapi dengan langkah kecil yang diambil setiap hari." - Joseph B. Wirthlin

ABSTRAK

Muhammad Mugni Salim, 1810412310032, 2023, Pengaruh Kelengkapan Produk Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Pada Pengguna Shopee Di Banjarmasin. Dibawah bimbingan Nurul Wahyuni

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kelengkapan produk dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk elektronik pada pengguna shopee. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan perolehan sampel diambil sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan *electronic word of mouth* (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan kelengkapan produk dan *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: Kelengkapan Produk, *Electronic Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Muhammad Mugni Salim, 1810412310032, 2023, The Influence of Product Completeness and Electronic Word of Mouth on Electronic Product Purchase Decisions for Shopee Users in Banjarmasin. Under the guidance of Nurul Wahyuni

This study aims to examine the effect of product completeness and electronic word of mouth on electronic product purchase decisions on shopee users. The research approach used is to use quantitative methods. The sampling technique used is purposive sampling with the acquisition of samples taken as many as 100 respondents. Data collection was carried out using questionnaires and data analysis using multiple linear regression

The results showed that product completeness (X1) had a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) and Electronic Word Of Mouth (X2) had a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, product completeness and electronic word of mouth have a significant effect on purchasing decisions

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teoritis.....	18
2.1.1 Kelengkapan Produk.....	18
2.1.2 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	20
2.1.2.1 Karakteristik <i>Electronic Word Of Mouth</i>	23
2.1.2.2 Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i>	25
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	37
2.3.2 Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Pendekatan Penelitian.....	41
3.2 Desain Penelitian.....	41
3.3 Lokasi Penelitian.....	41

3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling.....	42
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.5.1 Variabel Independen.....	44
3.5.1.1 Kelengkapan Produk.....	44
3.5.1.2 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	45
3.5.2 Variabel Dependen.....	46
3.5.2.1 Keputusan Pembelian.....	46
3.5.3 Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.7 Teknik Analisa Data.....	53
3.7.1 Skala Pengukuran.....	54
3.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
1. Uji Validitas.....	55
2. Uji Reliabilitas.....	55
3.7.3 Uji Asumsi klasik.....	56
1. Uji Normalitas.....	56
2. Uji Multikolinieritas.....	56
3. Uji Heteroskedastisitas.....	57
4. Uji Autokorelasi.....	57
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
3.7.5 Alat Uji Hipotesis.....	59
2. Uji F(Uji Simultan).....	60
3. Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	60
BAB IV.....	62
HASIL PENELITIAN.....	62
4.1 Deskripsi Responden.....	62
4.1.1 Jenis Kelamin.....	62
4.1.1 Usia.....	63
4.1.3 Pendidikan.....	64
4.2 Deskriptif Variabel.....	65
4.2.1 Variabel X1 Kelengkapan Produk.....	65

4.2.2 Variabel X2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	70
4.2.3 Variabel Y Keputusan Pembelian.....	75
4.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	79
4.3.1 Uji Validitas.....	79
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	80
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.4.1 Uji Normalitas.....	81
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	84
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	85
4.4.4 Uji Autokorelasi.....	87
4.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	87
4.6 Pengujian Hipotesis.....	89
4.6.1 Hasil Uji T.....	89
4.6.2 Hasil Uji F.....	90
4.6.3 Koefisien Determinasi.....	91
4.7 Model Hasil Penelitian.....	93
BAB V.....	94
PEMBAHASAN HASIL.....	94
5.1 Pembahasan.....	94
5.2 Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	94
5.3 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
5.4 Kelengkapan Produk dan <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	96
5.5 Implikasi Hasil Penelitian.....	97
5.6 Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	97
5.7 <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	98
5.8 Kelengkapan Produk dan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	101
5.9 Keterbatasan Penelitian.....	102
BAB VI.....	104
PENUTUP.....	104
5.1 Kesimpulan.....	104

5.2 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

No.	Judul Hal	
Tabel 1. 1	Data Keragaman produk di Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak.....	8
Tabel 1. 2	Data Kelengkapan Fitur di Shopee dan Tokopedia	9
Tabel 1. 3	Contoh Data Kelengkapan Produk di Shopee.....	53
Tabel 1. 4	Contoh Bentuk <i>Electronic Word Of Mouth</i> Berupa Ulasan Konsumen di Shopee.....	59
Tabel 3. 1	Rentang Kategori Jawaban Responden.....	51
Tabel 3. 2	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	59
Tabel 4. 1	Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.....	62
Tabel 4. 2	Karakteristik berdasarkan usia.....	63
Tabel 4. 3	Karakteristik berdasarkan pendidikan.....	64
Tabel 4. 4	Distribusi frekuensi variabel kelengkapan produk.....	65
Tabel 4. 5	Distribusi frekuensi variabel <i>electronic word of mouth</i>	70
Tabel 4. 6	Distribusi frekuensi variabel keputusan pembelian.....	75
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas.....	79
Tabel 4. 8	Hasil Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4. 9	<i>One sample kolmogorov-smirnov test</i>	84
Tabel 4. 10	Hasil uji multikolinieritas.....	85
Tabel 4. 11	Hasil uji park.....	86
Tabel 4. 12	Hasil uji autokorelasi.....	87
Tabel 4. 13	Hasil uji regresi linier berganda.....	88
Tabel 4. 14	Hasil Uji T.....	89
Tabel 4. 15	Hasil Uji F.....	91
Tabel 4. 16	Nilai Koefisien Determinasi.....	92

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Hal	
Gambar 1. 1	Data Tren Pengguna Internet dan Media Sosial Di Indonesia Tahun 2021.....	1
Gambar 1. 2	Data Tren Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2021.....	2
Gambar 1.3	Data Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia Tahun 2021	4
Gambar 1. 4	Data Persaingan Toko <i>Online</i> Indonesia Tahun 2022.....	5
Gambar 1.5	Pra Survey Keputusan Pembelian Di Situs Belanja Online Shopee....	6
Gambar 2. 1	Model Penelitian.....	40
Gambar 4. 1	Histogram Uji Normalitas.....	82
Gambar 4. 2	Normal Probability Plot.....	83
Gambar 4. 3	Hasil scatterplot.....	86