

**KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI  
PENGARUH KEADILAN TERHADAP *ELECTRONIC*  
*WORD OF MOUTH* DALAM *E-COMMERCE***



**SKRIPSI**

Nama : Achmad Fajar  
NIM : 16414327  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO  
2019**

**KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI  
PENGARUH KEADILAN TERHADAP *ELECTRONIC*  
*WORD OF MOUTH* DALAM *E-COMMERCE***



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Achmad Fajar  
NIM : 16414327  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

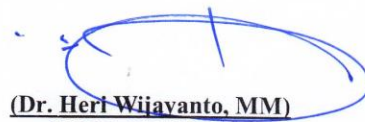
Judul : Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pengaruh Keadilan terhadap *Electronic Word of Mouth* dalam *E-Commerce*  
Nama : Achmad Fajar  
NIM : 16414327  
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 9 Mei 1995  
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Ponorogo.

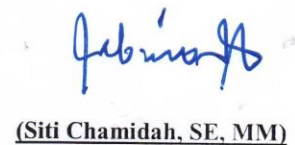
Ponorogo, 14 Agustus 2019

Pembimbing I

Pembimbing II



**(Dr. Heri Wijayanto, MM)**  
NIDN: 0025057401



**(Siti Chamidah, SE, MM)**  
NIDN: 019057101

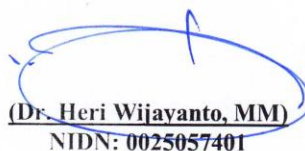
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

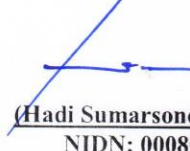


**(Fiti Rapini, SE, MM)**  
NIDN: 0005056301

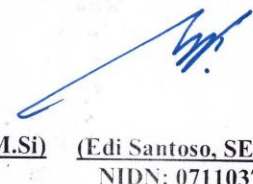
Dosen Penguji:



**(Dr. Heri Wijayanto, MM)**  
NIDN: 0025057401



**(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)**  
NIDN: 0008057601



**(Edi Santoso, SE, MM)**  
NIDN: 0711037401

### PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 14 Agustus 2019



*(Signature)*  
(amad Fajar)  
NIM 16414327

**MOTTO**

*“Yeah.”*

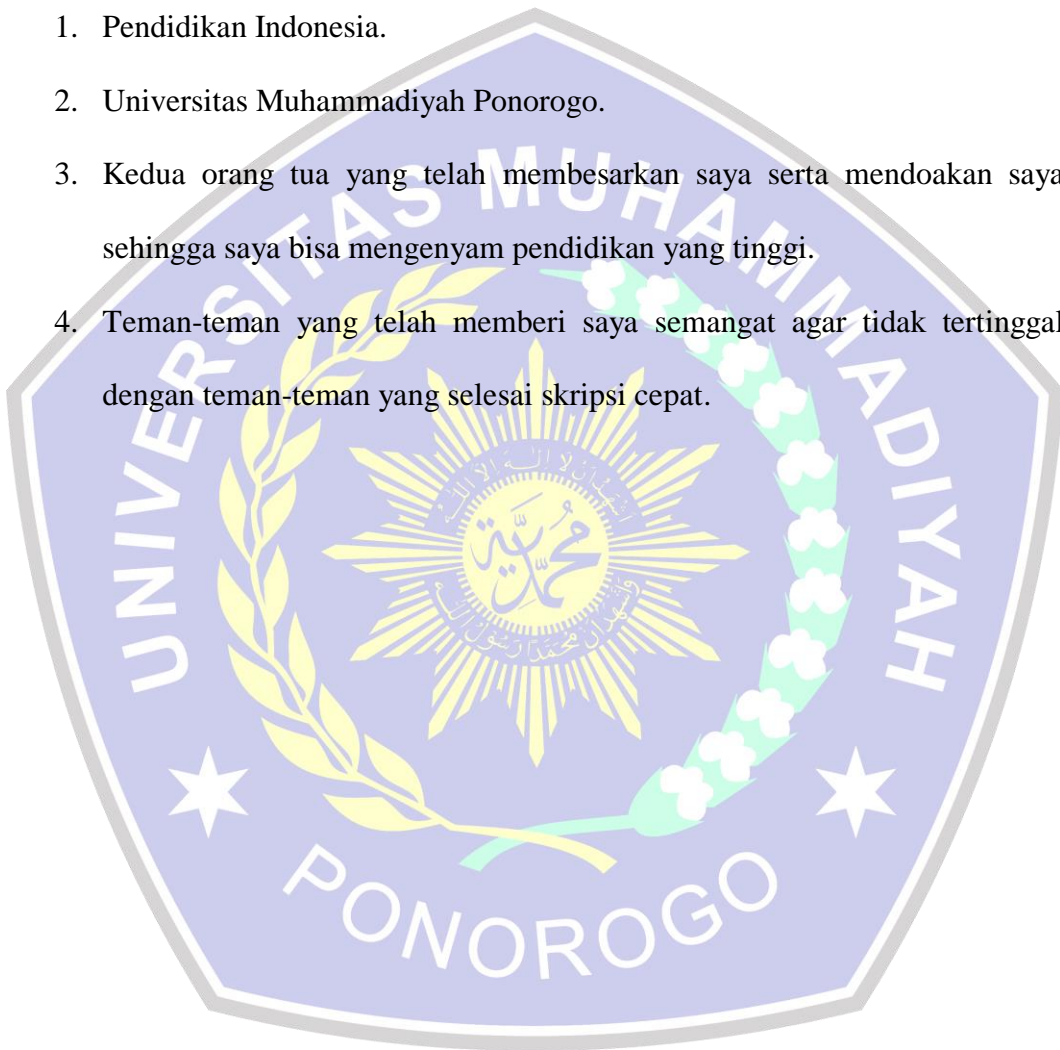
*(James Hetfield)*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur kehadiran Allah SWT, Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Pendidikan Indonesia.
2. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Kedua orang tua yang telah membesarkan saya serta mendoakan saya sehingga saya bisa mengenyam pendidikan yang tinggi.
4. Teman-teman yang telah memberi saya semangat agar tidak tertinggal dengan teman-teman yang selesai skripsi cepat.





## RINGKASAN

Penelitian ini dilakukan dengan tema Pemasaran dan mengambil judul “Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi Pengaruh Keadilan terhadap *Electronic Word of Mouth* dalam *E-Commerce*.”

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan adanya pengaruh keadilan dimediasi kepuasan konsumen terhadap eWOM. Objek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang menggunakan Tokopedia untuk aktivitas belanja. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Analisis menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) dengan menggunakan program SPSS versi 23.

Hasil dari analisis tersebut adalah (1) keadilan distributif berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. (2) keadilan prosedural berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. (3) keadilan interaksional berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. (4) keadilan distributif dimediasi kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap eWOM. (5) keadilan prosedural dimediasi kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap eWOM. (6) keadilan interaksional dimediasi kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap eWOM.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dengan mengucapkan syukur *Alhamdulillah* kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pengaruh Keadilan terhadap *Electronic Word of Mouth* dalam *E-Commerce*.”

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Ibu Titi Rapini, SE, MM, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Dra. Umi Farida, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Heri Wijayanto, MM, selaku pembimbing I yang senantiasa dengan ikhlas meluangkan waktu disela-sela kesibukannya, membimbing, mengarahkan, membantu, dan memberikan nasehat serta saran yang membangun kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini.
4. Ibu Siti Chamidah, SE, MM, selaku pembimbing II yang senantiasa dengan ikhlas meluangkan waktu disela-sela kesibukannya, membimbing, mengarahkan, membantu, dan memberikan nasehat serta saran yang membangun kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini.



5. Segenap dosen Program Studi Manajemen, Karyawan Tata Usaha, dan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo untuk ilmu bermanfaat yang telah diajarkan.
6. Seluruh responden atas kesediaannya meluangkan waktu dan kerjasamanya demi kelancaran skripsi ini.
7. Pihak-pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Anda semua.

Dalam penulisan ini, peneliti telah berusaha sebaik mungkin, namun peneliti menyadari masih ada kekurangan baik dalam penulisan maupun dalam penyajian materi. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan dan peningkatan kualitas dalam penulisan dimasa mendatang. Akhir kalam, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat digunakan dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkan serta penelitian ini dapat diteruskan lagi.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Ponorogo, 15 Agustus 2019

Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 <i>E-Commerce</i> .....	8
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.4 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian.....	13
2.1.5 Keadilan.....	16
2.1.6 Kepuasan Konsumen .....	21
2.1.7 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.4 Hipotesis.....	37

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	42
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
3.3 Metode Pengambilan Data.....	44
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.4.1 Keadilan Distributif .....	46
3.4.2 Keadilan Prosedural.....	46
3.4.3 Keadilan Interaksional.....	47
3.4.4 Kepuasan Konsumen .....	48
3.4.5 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	48
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	49
3.5.2 Uji Instrumen Penelitian.....	50
3.5.3 Analisis Jalur .....	52
3.5.4 Uji Asumsi Klasik .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	60
4.2 Analisis Deskriptif .....	64
4.3 Teknik Analisis Data.....	73
4.4 Pembahasan.....	92
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	98
5.2 Saran .....	99
DAFTAR PUSTAKA .....	101
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Penilaian.....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Semester .....	65
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Keadilan Distributif .....	67
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Keadilan Prosedural.....	68
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Keadilan Interaksional..	70
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen .....	71
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	72
Tabel 4.8 Hasil Validitas Instrumen Penelitian.....	74
Tabel 4.9 Hasil Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	79
Tabel 4.13 Hasil Regresi Sub – Struktur 1.....	80
Tabel 4.14 Hasil Regresi Sub – Struktur 2.....	81
Tabel 4.15 Hasil Uji t 1.....	86
Tabel 4.16 Hasil Uji t 2.....	88
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) struktur 1.....	91
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) struktur 2 .....	91



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	36
Gambar 3.1 Model Path Analysis .....	55
Gambar 4.1 Logo Tokopedia .....	62
Gambar 4.2 Diagram Jalur Penelitian Beserta Hasil Perhitungan .....	85
Gambar 4.3 Model Kesimpulan Penelitian .....	97



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Distribusi Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Lampiran 4 Hasil Uji Regresi

Lampiran 5 Hasil Uji Prasyarat

