

**PENGARUH E-WOM, LIFESTYLE, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI MARKETPLACE
(STUDI KASUS SISWA/SISWI SMAN 3 PONOROGO)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat – syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Nama : Afik Dyah Ayu Pratiwi

NIM : 16414170

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

**PENGARUH E-WOM, LIFESTYLE, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI MARKETPLACE
(STUDI KASUS SISWA/SISWI SMAN 3 PONOROGO)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat – syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Nama : Afik Dyah Ayu Pratiwi

NIM : 16414170

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh E-WOM, Lifestyle, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Marketplace (Studi kasus siswa/siswi SMAN 3 PONOROGO)

Nama : Afik Dyah Ayu Pratiwi

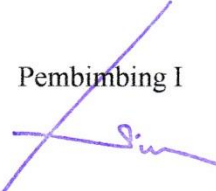
NIM : 16414170

Tempat, Tanggal lahir : Ponorogo, 27 Agustus 1997

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN. 0008057601


Ponorogo, 04 Agustus 2021

Pembimbing II



Dra. Umi Farida SE., MM.
NIDN. 0710016101


Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi





Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si.
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si.
NIDN. 0008057601


Premi Wahyu, S.AB., M.AB.
NIDN. 0711128403


Edi Santoso, SE., MM.
NIDN. 0711037401

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh E-WOM, Lifestyle, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian produk fashion pada Marketplace (Studi kasus siswa/siswi SMAN 3 PONOROGO). Populasi pada penelitian ini belum diketahui dikarenakan belum diketahuinya jumlah pengguna marketplace pada siswa/siswi SMAN 3 PONOROGO angkatan 2019-2020. Untuk pengambilan sampelnya menggunakan teknik Quota sampling, dimana penelitian ini dibatasi selama 1 bulan, mulai dari 11 juni 2021 sampai 10 juli 2021 untuk mrndapatkan jumlah sampel yang diinginkan. Akhirnya selama 1 bulan, terkumpullah sejumlah 110 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Serta teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :

- 1) E-WOM berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari nilai t sebesar 3,119 lebih besar dari t tabel yaitu 1,982 dengan nilai signifikasi sebesar $0,002 < 0,05$, dan kefisien regresi sebesar 0,215.
- 2) Lifestyle tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari nilai t sebesar 0,678 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,982 dengan nilai signifikasi sebesar $0,499 > 0,05$, dan kefisien regresi sebesar 0,080
- 3) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari nilai t sebesar 4,463 lebih besar dari t tabel yaitu 1,982

dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan koefisien regresi sebesar 0,499

- 4) E-WOM, Lifestyle, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan hasil F hitung sebesar 22,961 lebih besar dari F tabel 2,135 dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : E-WOM, Lifestyle, Kepercayaan, Keputusan Pembelian



KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang amat dalam peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat taufik, serta hidayah-Nya sehingga dapat terselesaikan skripsi ini yang dengan judul “PENGARUH E-WOM, LIFESTYLE, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTRUSAN PEMBELIAN(studi kasus siswa/siswi SMAN 3 PONOROGO)” sebagai salah satu syarat akademis dalam rangka menyelesaikan program sarjana di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada skripsi ini dijabarkan mengenai variabel E-WOM (X1), Lifestyle (X2), dan Kepercayaan (X3) terhadap keputusan pembelian produk fashion di marketplace. Sehingga nantinya dapat dipergunakan oleh pembaca/peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk peningkatan keputusan pembelian produk fashion di marketplace.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Penelitian sangat mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Hadi Sumarsono, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberi bantuan, koreksi, dan petunjuk serta saran skripsi dapat terselesaikan.
2. Ibu Dra. Umi Farida, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bantuan, koreksi, dan petunjuk serta saran skripsi dapat terselesaikan.

3. Kedua orang tua Bapak Wuryadi (Alm) dan Ibu Tony Sukanti, yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Sangat besar harapan untuk membanggakan serta membahagiakan beliau.
4. Kepada pacar saya Irfan Wicaksono yang memberikan dukungan meluangkan banyak waktu dan tenaga nya. Terimakasih telah memberikan pundak untuk mengeluh dan memberikan banyak bantuan ketika saya membutuhkan.
5. Kepada saudara kembar saya dan sahabat saya Hera dan Vani selalu mensupport dan berada dipihak saya, saya bahkan tidak bisa menjelaskan betapa bersyukurnya saya memiliki kalian.
6. Seluruh rekan S-I Manajemen 2016 yang saling membantu dan mendoakan agar skripsi dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga hasil skripsi ini berguna untuk peneliti maupun untuk pihak yang memanfaatkannya.

Ponorogo, 04 Agustus 2021

Afik Dyah Ayu P

NIM. 16414170

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada keringanan. Karena itu bila kau sudah selesai (mengerjakan yang lain). Dan berharaplah kepada Tuhanmu”

(Q.S Al Insyirah: 6-8)

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Al-Baqarah: 153)

“Kesusahan yang kau alami adalah kebaikan dalam bentuk lain. Maka syukuri, hadapi dan lewati”

~Penulis~



**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENULISAN**

Saya yang bertanda tangan 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 sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 04 Agustus 2021



Ayuh
Afik Dyah Ayu P
NIM. 16414170

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II Tinjauan Pustaka	9
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Pemikiran Skripsi.....	47
D. Hipotesis Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	51
A. Ruang Lingkup Penelitian	51
B. Populasi dan Sampel	51
C. Metode Pengambilan Data	52
D. Teknik Pengambilan Data	53
E. Definisi Operasional Variabel.....	54
F. Metode Analisis Data	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
A. Sejarah Singkat Instansi	67

B. Karakteristik Responden	67
C. Deskripsi Jawaban Responden	76
D. Uji Instrumen	82
E. Uji Asumsi Klasik	84
F. Uji Regresi Linear Berganda	87
G. Uji Hipotesis	90
H. Pembahasan	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102
A. Kesimpulan	103
B. Saran	103
DAFTARPUSTAKA	105



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	70
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Hari	71
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah berkunjung 3 bulan terakhir	72
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli.....	73
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Marketplace yang Sering Dikunjungi....	74
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Variabel E-WOM (X1)	76
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Variabel Lifestyle (X2).....	78
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan (X3)	79
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	81
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas	82
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	88
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	91
Tabel 4.19 Hasil Uji T.....	91
Tabel 4.20 Hasil Uji F.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Fungsi Manajemen Pemasaran.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Skripsi	47
Gambar 4.1 Kurva Uji t pengaruh E-WOM.....	92
Gambar 4.2 Kurva Uji t pengaruh Lifestyle.....	93
Gambar4.3 Kurva Uji t pengaruh Kepercayaan	94
Gambar4.3 Kurva Uji F	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	10
Lampiran 2	47
Lampiran 3	92
Lampiran 4	93
Lampiran 5	94
Lampiran 6	95
Lampiran 7	95



