

**ANALISIS PERBEDAAN *E-TRUST* PADA KONSUMEN
E-COMMERCE TOKOPEDIA DI WILAYAH JAKARTA
TIMUR BERDASARKAN *PERCEIVED REPUTATION*, *E-
WORD OF MOUTH*, DAN *PERCEIVED WEBSITE QUALITY***

***ANALYSIS OF DIFFERENCE IN E-TRUST TO E-COMMERCE
TOKOPEDIA CONSUMER IN EAST JAKARTA REGION BASED
ON PERCEIVED REPUTATION, E-WORD OF MOUTH, AND
PERCEIVED WEBSITE QUALITY***

Oleh :

Maulidin Syidiqin

2017410019

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Manajemen pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Maulidin Syidiqin

NIM : 2017410019

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Analisis Perbedaan *E-trust* Pada Konsumen *E-commerce*
Tokopedia di Wilayah Jakarta Timur Berdasarkan *Perceived Reputation, E-word of mouth, Dan Perceived Website Quality*

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dalam sidang Ujian
Skripsi Sarjana

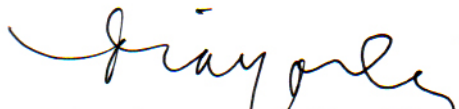
Jakarta, 16 Februari 2022


Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,

Dosen Pembimbing


(Dian Anggreany Rahim, S.E., M. Si.)


(Dr. Firsan Nova S.E., M.M.)

**ANALISIS PERBEDAAN *E-TRUST* PADA KONSUMEN *E-COMMERCE*
TOKOPEDIA DI WILAYAH JAKARTA TIMUR BERDASARKAN
*PERCEIVED REPUTATION, E-WORD OF MOUTH, DAN PERCEIVED
WEBSITE QUALITY***

***ANALYSIS OF DIFFERENCE IN E-TRUST TO E-COMMERCE
TOKOPEDIA CONSUMER IN EAST JAKARTA REGION BASED ON
PERCEIVED REPUTATION, E-WORD OF MOUTH, AND PERCEIVED
WEBSITE QUALITY***

Oleh
Maulidin Syidiqin
2017410019

Skripsi

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian memperoleh gelar Sarjana dalam
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Universitas Darma Persada**

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal tertera dibawah ini

Jakarta, 24 Februari 2022 dengan nilai B.

Dr. Firsan Nova, S.E., M.M.
Dosen Pembimbing

Drs. Fauzi Baisvir, M.M.
Penguji I

Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M.
Penguji II

Dr. Firsan Nova S.E., M.M.
Penguji III

Muhammad Nuryana, Ph.D.
Dekan Fakultas Ekonomi

Dian Anggreany Rahim, S.E., M. Si.
Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Maulidin Syidiqin

NIM : 2017410019

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Analisis Perbedaan *E-trust* pada Konsumen *E-commerce* Tokopedia di Wilayah Jakarta Timur Berdasarkan *Perceived Reputation, E-word of mouth, Dan Perceived Website Quality***, yang dibimbing oleh Bapak Dr. Firsan Nova S.E., M.M. adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Jakarta, 16 Februari 2022

Yang membuat Pernyataan,



Maulidin Syidiqin

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan yang signifikan *e-trust* konsumen dengan membentuk model diskriminan. *e-trust* konsumen dibedakan menjadi dua kategori yaitu konsumen percaya dan konsumen tidak percaya. Variabel yang mempengaruhi *e-trust* konsumen adalah *perceived reputation*, *e-word of mouth* dan *perceived website quality*. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner melalui *google form* kepada 200 responden konsumen *e-commerce* Tokopedia di wilayah Jakarta Timur. Teknik sampel menggunakan *quota sampling* dan teknik analisis menggunakan diskriminan.

Hasil penelitian didapat bahwa variabel nilai *perceived reputation*, *e-word of mouth* dan *perceived website quality* konsumen mempengaruhi *e-trust* konsumen pengguna *e-commerce* tokopedia di wilayah jakarta timur. hal ini dibuktikan dengan hasil *test of equality of group means* mendapat nilai sig, yang kurang dari 0,05. *perceived reputation* ($0,000 < 0,05$), *e-word of mouth* ($0,000 < 0,05$) dan *perceived website quality* ($0,000 < 0,05$). hubungan antara *perceived reputation* dan *perceived website quality* terhadap *e-trust* konsumen dikategorikan sangat kuat. hal tersebut dibuktikan dengan hasil *eigenvalues* sebesar 0,943.

Kata kunci : *E-trust*, *Perceived Reputation*, *E-word of mouth* dan *Perceived Website Quality* dan Analisis Diskriminan.

Jakarta, 16 Februari 2022

Yang membuat Pernyataan,



Maulidin Syidiqin

ABSTRACT

This research was conducted with the aim to find out the significant difference in customer e-trust by forming a model of the discriminant. e-trust of consumers can be divided into two categories, namely consumer trust and consumer do not believe. variables that affect the e-trust of the consumer is perceived reputation, e-word of mouth and perceived website quality. data collection methods used in a way to give the questionnaire through the google form to the 200 respondents of the consumer e-commerce tokopedia in east jakarta. sampling technique using quota sampling and analysis techniques using the discriminant.

The results obtained that the variable value perceived reputation, e-word of mouth and perceived website quality consumer affect e-trust of the consumers e-commerce tokopedia in east jakarta. this is evidenced by the results of the test of equality of group means gets the value of the sig, which is less than 0.05. perceived reputation ($0,000 < 0,05$), e-word of mouth ($0,000 < 0,05$) and perceived website quality ($0,000 < 0,05$). the relationship between perceived reputation and perceived website quality to the e-trust of the consumer is very strong. this is evidenced by the results of the eigenvalues of 0,943.

Keywords : E-trust, Perceived Reputation, E-word of mouth and Perceived Website Quality and Discriminant Analysis.

Jakarta, 16 Februari 2022

Yang membuat Pernyataan,



Maulidin Syidiqin

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Perbedaan *E-trust* pada Konsumen *E-commerce* Tokopedia Di Wilayah Jakarta Timur Berdasarkan *Perceived Reputation, E-word of mouth, Dan Perceived Website Quality*”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Ir. Mu'man Nuryana Ph.D , S.E., M.A. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
2. Bapak Dr. Firsan Nova S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Darma
4. Kedua orang tua penulis Sugimin dan Suharlina, Kakak penulis Dani Gili Tomo, Adin Badarudin, Tri Siwi Murniyati dan seluruh keluarga besar penulis. Terima kasih atas curahan kasih sayang, dorongan doa, nasihat,

motivasi, dan pengorbanan materilnya selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

5. Kekasih saya Sella Rahma Ditami yang selalu memberikan motivasi serta doa kepada penulis dalam pengerjaan penelitian.
6. Teman-teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namun tidak akan mengurangi rasa hormat yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
7. Teman-teman seperbimbingan saya yang telah memberikan semangat kepada penulis.

Demikian laporan skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 16 Februari 2022

Maulidin Syidiqin

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah	22
1.2.1 Identifikasi Masalah	22
1.2.2 Pembatasan Masalah	24
1.2.3 Rumusan Masalah	24
1.3 Tujuan Penelitian	25
1.4 Kegunaan Penelitian.....	25
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	27
2.1 Pemasaran	27
2.1.1 Pengertian Pemasaran	27

2.1.2 Bauran Pemasaran.....	28
2.2 <i>E-commerce</i>	30
2.2.1 Pengertian <i>E-commerce</i>	30
2.2.2 Jenis-jenis <i>E-Commerce</i>	31
2.2.3 Manfaat <i>E-commerce</i>	34
2.2.4 Kelebihan <i>E-commerce</i>	37
2.2.5 Kekurangan <i>E-commerce</i>	37
2.3 <i>Perceived Reputation</i>	38
2.3.1 Pengertian <i>Perceived Reputation</i>	38
2.3.2 Dimensi <i>Perceived Reputation</i>	40
2.4 <i>Electronic Word of Mouth</i>	41
2.4.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i>	41
2.4.2 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	43
2.5 <i>Perceived Website Quality</i>	44
2.5.1 Pengertian <i>Website Quality</i>	44
2.5.2 Dimensi <i>Website Quality</i>	45
2.6 <i>E-Trust</i>	48
2.6.1 Pengertian <i>E-Trust</i>	48
2.6.2 Dimensi <i>E-Trust</i>	50
2.7 Penelitian Terdahulu	51
2.8 Kerangka Pemikiran.....	58
2.9 Hipotesis Penelitian.....	60

2.10 Paradigma Penelitian.....	61
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	63
3.1 Metode Yang Digunakan	63
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	63
3.3 Operasional Variabel.....	64
3.4 Sumber Data dan Cara Penentuan Data	73
3.4.1 Sumber dan Jenis Data.....	73
3.4.2 Populasi dan Sampel	73
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	76
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	77
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	79
3.6.1 Uji Keabsahan Data	79
3.6.2 Alat Analisis Data	81
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	87
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	87
4.1.1 Sejarah Perusahaan	87
4.1.2 Visi dan Misi Tokopedia.....	88
4.2 Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden.....	90
4.2.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
4.2.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Usia	91
4.2.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	92
4.2.4 Perhitungan Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	92

4.2.5 Perhitungan Responden Berdasarkan Pengeluaran Per bulan...	93
4.2.6 Perhitungan Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal	94
4.3 Uji Keabsahan Data.....	96
4.3.1 Uji Validitas	96
4.3.2 Uji Reliabilitas	99
4.4 Analisis Diskriminan.....	100
4.4.1 Variabel yang Layak untuk Dianalisis	103
4.4.2 Menguji Varians dari setiap Variabel	104
4.4.3 Menguji Variabel <i>Entered / Removed</i>	105
4.4.4 Menguji Variabel yang Signifikan dalam Penelitian	106
4.4.5 Menguji <i>Wilk's Lambda</i>	107
4.4.6 Mengukur Keeratan Hubungan dalam Analisis Diskriminan...	108
4.4.7 Hasil Uji Variabel Dominan	109
4.4.8 Menguji Tabel <i>Structure Matrix</i>	110
4.4.9 Menguji Fungsi Diskriminan	111
4.4.10 Menguji Ketepatan Model Diskriminan	114
4.5 Pemecah Masalah.....	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran.....	117

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Bisnis <i>E-commerce</i> Paling Populer 2021	4
Tabel 1.2 <i>Top Brand Online Shopping</i> 2021	5
Tabel 1.3 <i>Top Brand Online Shopping</i> 2022	6
Tabel 1.4 Penurunan Kunjungan <i>Website</i> Tokopedia	7
Tabel 1.5 Ulasan Konsumen	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	51
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	64
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	78
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi	79
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	90
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	91
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	92
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	93
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per bulan .	94
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal	95
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Reputation</i>	97
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-word of mouth</i>	98
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Website Quality</i>	99
Tabel.4.11 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Perceived Reputation, E-word of mouth</i> Dan <i>Perceived Website Quality</i>	100
Tabel.4.12 Kesesuaian Data <i>Analysis Case Processing Summary</i>	101
Tabel.4.13 Pengelompokan Sampel.....	102
Tabel.4.14 <i>Tests of Equality of Group Means</i>	103
Tabel.4.15 Hasil Uji <i>Box's M</i>	104
Tabel.4.16 Variabel <i>Entered/ Removed</i>	105
Tabel.4.17 Variabel <i>in The Analysis</i>	107
Tabel.4.18 <i>Wilk's Lambda</i>	108

Tabel.4.19 Keeratan Hubungan Variabel.....	109
Tabel.4.20 <i>Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	110
Tabel.4.21 <i>Structure Matrix</i>	111
Tabel.4.22 <i>Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	112
Tabel.4.23 Fungsi Diskriminan <i>Fisher</i>	113
Tabel.4.24 Hasil Uji Ketepatan Model Diskriminan	114



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	59
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian Analisis Diskriminan.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	126
Lampiran 2 Data Daftar Nama Responden	133
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner <i>Perceived Reputation</i>	146
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner <i>E- word of mouth</i>	155
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner <i>Perceived Website Quality</i>	161
Lampiran 6 Tabulasi Data Kuesioner <i>E- trust</i>	167
Lampiran 7 Tabel r Hitung.....	173
Lampiran 8 Bukti Penyebaran Link Kuesioner.....	176
Lampiran 9 Catatan Kegiatan Konsultasi	178
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	179