

***MOBILE SHOPPER PURCHASE INTENTION KEY FACTORS***

***In CENTRAL JAVA : electronic word of mouth role***

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan**

**Mencapai Derajat Sarjana S1**

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**FIRDAUS INDRA KUSUMA**

**Nim: 30401612360**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SEMARANG**

**2020**

***MOBILE SHOPPER PURCHASE INTENTION KEY FACTORS***

***In CENTRAL JAVA : electronic word of mouth role***

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan**

**Mencapai Derajat Sarjana S1**

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**FIRDAUS INDRA KUSUMA**

**Nim: 30401612360**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SEMARANG**

**2020**

# HALAMAN PENGESAHAN

## SKRIPSI

### ***MOBILE SHOPPER PURCHASE INTENTION KEY FACTORS***

***In CENTRAL JAVA : electronic word of mouth role***

Disusun Oleh :

Firdaus Indra Kusuma

Nim: 30401612360

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 25 Januari 2020

Mengetahui  
Pembimbing



Dr. Hendar, SE, M.Si

NIK. 210499041

# **MOBILE SHOPPER PURCHASE INTENTION KEY FACTORS**


*In CENTRAL JAVA : electronic word of mouth role*

**Disusun Oleh :**  
**Firdaus Indra Kusuma**  
**30401612360**


Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada Tanggal, 4 Februari 2020


## **Susunan Dewan Penguji**

**Pembimbing**

  
Dr. Hendar, SE, M.Si  
NIK. 210499041

**Penguji**


  
Drs. Mulyana, M.Si.  
NIK. 210490020

  
Dr. Lutfi Nurcholis, ST, SE, MM  
NIK. 210416055

Usulan penelitian Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk  
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Tanggal, Januari 2020

**Kesimpulan Program Studi Manajemen**



  
Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM  
NIK.210499042

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Firdaus Indra Kusuma

NIM : 30401612360

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul : *“MOBILE SHOPPER PURCHASE INTENTION KEY FACTORS In CENTRAL JAVA : electronic word of mouth role”* dan diajukan untuk diuji pada Januari 2020, adalah hasil karya saya.

Dengan ini Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi saya yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya. Dan saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Dosen Pembimbing  
  
Dr. Hendar, S.E., M.Si

Semarang, 25 Januari 2020

Yang Membuat

  
  
Firdaus Indra Kusuma

## INTISARI

Pertumbuhan eksponensial internet telah merubah gaya hidup masyarakat dan juga mengubah persaingan di banyak sektor industry salah satunya adalah *e-commerce*. Seperti yang dikatakan oleh Ho et al. (2007), *e-commerce* telah berkembang dalam siklus bisnis di mana bisnis tradisional telah mengalami transisi ke bisnis dotcom atau klik-saja yang sekarang memimpin. Adopsi *e-commerce* telah menjadi penggunaan strategis organisasi, terlepas dari ukuran organisasi, karena memberikan peluang bagi berbagai jenis bisnis untuk berkembang dalam pematangan *e-commerce*. Konsumen saat ini bergantung pada ponsel, lebih memilih untuk berkonsultasi dengan internet dan mencari informasi yang disediakan disana, daripada menggunakan tenaga penjual karena dirasa lebih praktis dan benar. Konsumen menginginkan semuanya mudah dan cepat, untuk itu dalam penelitian ini mencoba untuk mencari pengaruh *perceived ease of use* terhadap *mobile shopper purchase intention*.

Dalam transaksi jual-beli tradisional/tatap muka, *consumer empowerment* sangat berpengaruh untuk menarik perhatian dan loyalitas konsumen yang pada akhirnya meningkatkan niat beli konsumen. Namun apakah efek dari *consumer empowerment* masih sama bilang diimplementasikan terhadap *e-commerce* yang dalam penelitian ini adalah mobile shop. Untuk itu penelitian ini mencoba mencari hubungan antara *consumer empowerment* terhadap *Mobile shopper purchase intention*, dengan harapan bahwa efek yang dimiliki *consumer empowerment* masih tetap sama. Berkembangnya teknologi informasi yang pesat juga membuat informasi yang disediakan di internet sangat banyak, membuat konsumen merasa bingung untuk memilah-milah mana informasi yang benar.

Jaman sekarang banyak terjadi fenomena penipuan penjualan dalam dunia *e-commerce*. Maka dari itu penelitian ini menguji apakah *source credibility* memiliki pengaruh terhadap *mobile shopper purchase intention*. Namun ada hal lain yang mempengaruhi *source credibility*, yaitu “*netizen*”. *Netizen* adalah kolektor, pengkritik, dan pencipta adalah ciri khas yang paling tepat dari warganet(*netizen*), orang - orang yang paling berkontribusi secara aktif di internet dan tidak hanya mengonsumsi konten di internet (Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, 2017). Tak dapat dipungkiri bahwa pengaruh *netizen* terhadap internet sangatlah penting terlebih lagi pada dunia *e-commerce*, salah satunya adalah pengaruh rekomendasi *netizen* dalam pembelian sebuah produk, produk yang telah direkomendasi oleh *netizen* akan lebih dipercayai pengguna internet/produk lainya yang masih awam.

Berdasarkan fenomena bisnis yang di kemukakan diatas maka rumusan masalah dalam studi ini adalah : “*Mobile Shopper Purchase Intention Key Factors in Central Java : Electronic word of mouth role*”. Pertanyaan penelitian ini adalah (a) Bagaimana pengaruh *consumer empowerment*, *perceived ease of use* dan *source credibility* terhadap *mobile shopper purchase intention* dan (b) Bagaimana pengaruh moderasi *electronic word of mouth* terhadap hubungan antara *source credibility* dengan *mobile shopper purchase intention*

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu para remaja dan orang dewasa dengan rentan usia 16-32 tahun yang ada di wilayah Jawa Tengah. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu menggunakan karakteristik tertentu dalam menentukan sampel. Karakteristik dalam penelitian ini yaitu pernah berbelanja menggunakan mobile shop minimal 1 kali, memiliki aplikasi mobile shop minimal 1. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 200 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah uji regresi dengan menggunakan SPSS versi 25.

Berdasarkan pengujian hipotesis penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *source credibility*, *consumer empowerment* dan *perceived ease of use* terhadap *mobile shopper purchase intention*, dan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *electronic word of mouth* sebagai *variable independen* terhadap *mobile shopper purchase intention*, akan tetapi terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan variabel *electronic word of mouth* sebagai variabel moderasi antara *source credibility* dan *mobile shopper purchase intention*.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh. Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala limpahan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian proposal skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai penerang kalbu bagi umatnya. Atas doa serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan judul "***MOBILE SHOPPER PURCHASE INTENTION KEY FACTORS In CENTRAL JAVA : electronic word of mouth role***".

Proposal Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dengan tulus kepada :

1. Allah SWT, Allah Maha Besar yang mana sudah memberikn kesehatan dan kemudahan dalam proses pembuatan penelitian skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hendar, SE, MSi selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, masukan-masukan, pengarahan dan saran yang sangat berguna bagi penulis.
3. Ibu Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE., M.Si., PhD. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MSi selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung.



5. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.

6. Kedua orang tua yang selalu mendukung dan memenuhi kebutuhan selama berkuliah di Universitas Islam Sultan Agung. Sampai kapanpun, saya tidak akan dapat membalas apa yang telah diberikan.
7. Teman-teman selama kuliah, teman bimbingan yang selalu mendukung, teman-teman cucu mbahkung, dan tak lupa teman-teman fail army yang selalu mendukung disaat genting.
8. Penguji yang telah memberi saran terkait penelitian ini, sehingga terhindar dari kesalahan penulisan maupun kesalahan penelitian.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan. Namun besar harapan penulis semoga proposal skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembaca.

Semarang, 25 januari 2020

Firdaus Indra Kusuma  
NIM. 30401612360