

**DAMPAK POSITIF *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,  
*CUSTOMER TRUST*, MINAT BELI  
PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE***

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Mencapai derajat Sarjana S1**

**Program Studi Manajemen**



Disusun oleh:

**FITRIA AINUN PAWESTRI  
NIM : 30401612381**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEMARANG**

**2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**DAMPAK POSITIF *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,  
*CUSTOMER TRUST*, MINAT BELI PADA  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE***

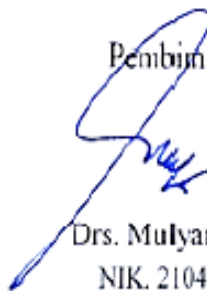
Disusun Oleh :

**FITRIA AINUN PAWESTRI  
30401612381**

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

Semarang, November 2019

Pembimbing



Drs. Mulyana, M.Si  
NIK. 210490020

## HALAMAN PENGESAHAN

### DAMPAK POSITIF *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *CUSTOMER TRUST*, MINAT BELI PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*

Disusun oleh:

FITRIA AINUN PAWESTRI  
NIM: 30401612381

Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 13 Desember 2019

#### Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Drs. Mulyana, M.Si

Penguji 1

Dr. Ardian Adhiatma, SE, MM

Penguji 2

Dr. Abdul Hakim, SE, MSi

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Tanggal 13 Desember 2019



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitria Ainun Pawestri  
NIM : 30401612381  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi UNISSULA

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“DAMPAK POSITIF *ELECTRONIC WORD OF MOUTH, CUSTOMER TRUST, MINAT BELI* PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*”** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 13 Desember 2019, adalah hasil karya saya.

Saya menyatakan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara 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 saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

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

Dosen Pembimbing



Drs. Mulyana, M.Si

NIK. 210490020

Semarang, 13 Desember 2019  
Yang Memberi Pernyataan



Fitria Ainun Pawestri

NIM. 30401612381

## HALAMAN MOTO

Surat al-Insyirah Ayat 6,7 dan 8

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

(٦) اِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ط

(٧) فَاِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

(٨) وَاِلٰى رَبِّكَ فَارْغَبْ

### Artinya :

6. *Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan.*
7. *Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain),*
8. *dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.*

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahkim, Alhamdulillah Wa Syukurillah, berkat Rahmat dan Karunia Allah, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **DAMPAK POSITIF *ELECTRONIC WORD OF MOUTH, CUSTOMER TRUST, MINAT BELI PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE.***

Skripsi ini disusun dengan maksud memenuhi pencapaian gelar Sarjana (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.

Peran serta berbagai pihak turut menentukan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Bapak Drs. Mulyana, MSi selaku Dosen Pembimbing yang dengan sepenuh hati bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam rangka menyusun skripsi ini.
2. Ibu Hj. Olivia F., SE, M.Si, PhD, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. H. Adrian Adhiatma, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Seluruh Dosen dan Karyawan Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.

5. Bapak, Ibu, Kakak-kakak dan saudara tercinta, berkat do'a yang selalu dipanjatkan disetiap shalat. Serta Sahabat-sahabat yang selalu menyemangati dan memotivasi dalam hal positif..

Penulis menyadari atas keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki sehingga skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.

Semarang, 28 November 2019

Penulis,



Fitria Ainun Pawestri

## INTISARI

Penelitian ini membahas tentang upaya peningkatan positif *electronic word of mouth*, melalui *customer trust*, minat beli mi dan keputusan pembelian *online*. Semakin baik ulasan yang diberikan oleh konsumen sebelumnya maka akan semakin meningkatkan kepercayaan calon pembeli. Relevansi ulasan yang baik adalah ulasan yang mencerminkan informasi produk sebenarnya, artinya ulasan yang diposting oleh konsumen relevan dengan deskripsi produk yang disampaikan oleh penjual. Selain itu, semakin banyak jumlah ulasan positif maka mencerminkan banyaknya konsumen yang merasa puas dengan produk maupun layanan yang diberikan oleh penjual. Keyakinan terhadap ketersediaan produk yang tinggi ditunjukkan dengan perasaan yakin jika penjual mampu menyediakan produk yang dijual. Ketertarikan untuk mencari informasi produk diperoleh melalui ulasan konsumen sebelumnya maupun melalui internet. Semakin konsumen tertarik terhadap deskripsi yang menjelaskan tentang kualitas produk maupun layanan, maka semakin besar ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Setelah merasa tertarik, konsumen semakin ingin untuk memilikinya. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut: (1) Bagaimana pengaruh positif EWOM terhadap *customer trust* pada konsumen millennial *e-commerce*? (2) Bagaimana pengaruh positif EWOM terhadap minat beli pada konsumen millennial *e-commerce*? (3) Bagaimana pengaruh *customer trust* terhadap minat beli pada konsumen millennial *e-commerce*? (4) Bagaimana pengaruh positif EWOM terhadap keputusan pembelian *online* pada konsumen millennial *e-commerce*? (5) Bagaimana pengaruh *customer trust* terhadap keputusan pembelian *online* pada konsumen millennial *e-commerce*? (6) Bagaimana pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian *online* pada konsumen millennial *e-commerce*? Obyek penelitian ini adalah 100 konsumen millennial *e-commerce* Shopee di Kota Semarang yang berusia 17 sampai dengan 39 tahun. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan menggunakan SPSS Versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan : Positif *Electronic Word of Mouth*, *Customer Trust* dan Minat Beli terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Online*.