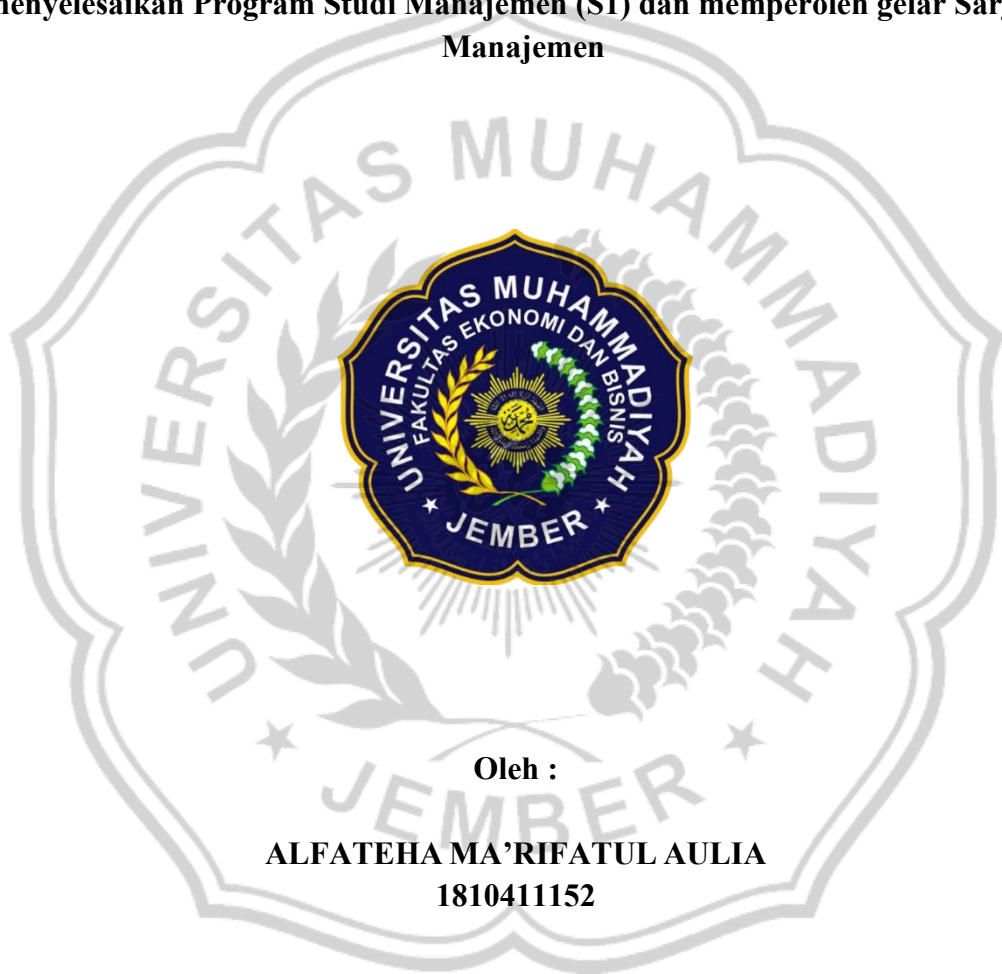


**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *EWOM* DAN *CONSUMER TRUST*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
PADA GARISWAKTU.PM DI *E-COMMERCE* SHOPEE**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



Oleh :

**ALFATEHA MA'RIFATUL AULIA
1810411152**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, EWOM DAN *CONSUMER TRUST* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA GARISWAKTU.PM
DI *E-COMMERCE* SHOPEE**

SKRIPSI



**ALFATEHA MA'RIFATUL AULIA
1810411152**

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Budi Santoso SE, MM, M.Akun

A blue ink signature of Dr. Budi Santoso SE, MM, M.Akun, written over a rectangular box.

Dosen Pembimbing Pendamping : Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si

A blue ink signature of Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si, written over a rectangular box.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Alfateha Ma'rifatul Aulia
NIM : 1810411152
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI yang berjudul :

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *EWOM* DAN *CONSUMER TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK GARISWAKTU.PM DI SHOPEE sepenuhnya asli dan tidak mengandung plagiat dari skripsi orang lain. Saya bersedia untuk menerima sanksi akademik yang sesuai (pencabutan gelar sarjana dan ijazah kelulusan saya) jika ternyata pernyataan saya salah.

Dengan ini saya menyatakan bahwa pernyataan ini benar dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 12 Agustus 2025
Yang membuat pernyataan,



Alfateha ma'rifatul aulia
NIM. 1810411152

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh *E-Service Quality*, *EWOM* dan *Consumer Trust* Terhadap Keputusan Pembeliani Pada Produk Gariswaktu.pm di Shopee, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 12 Agustus 2025

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji


Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M.MT

NPK : 19671016.1.803861

Anggota 1


Dr. Budi Santoso, SE, MM, M.Akun

NPK : 1973100911139340

Anggota 2


Dra. Wenny Murtalining Tyas M.Si

NPK : 0708116401

Mengesahkan

Dekan,


Maheni Ika Sari, SE., MM

NIP: 197708112005012001

Ketua Program Studi,


Trias Setyowati, SH, SE, MM

NPK: 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat, kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayah-Nya yang sangat melimpah serta kesempatan yang diberikan kepadaku segala kemudahan dan pemberian-Nya, sehingga saya dapat menjalani semua ini diberi kemudahan.
2. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai yaitu almarhum Abi Sukandar Nasution dan Umi Wahyu Ningtyas Tutik yang selalu memberikan doa serta kasih sayang tidak ada batasnya serta memberikan dukungan moral maupun materi sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Untuk diri sendiri, terima kasih karena sudah bertahan sampai tahap ini, semoga ditahap selanjutnya saya bisa menghadapi berbagai rintangan yang ada di dalam dunia kerja agar bisa membalas semua kerja keras yang sudah orang tua saya lakukan kepada saya.
4. Terima kasih kepada Shinta Aurellia Rahmasari yang telah menjadi *support system* saya selama menyusun skripsi ini.
5. Terima kasih kepada Candra Dwi Prayogo, Dhana Surya Pratama dan Ihza Abdilla Nugraha selaku sahabat saya, memberikan support dan mau menemani saya hingga selesainya skripsi ini, saya berterimakasih banyak atas semangat dan dukungannya.
6. Teman-teman manajemen angkatan 2018 khususnya kelas E yang sudah sibuk pada dunia masing-masing. Terima kasih telah menjadi bagian perjalanan hidup saya pada masa perkuliahan.
7. Semua pihak yang tidak dapat sebutkan satu persatu.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”
(Q.S Al-Insyirah, 94 : 5-6)

“Stay hungry, stay foolish”
(Steve Jobs)

“Reality leaves a lot to the imagination”
(John Lennon)

"Lakukan apa yang harus dilakukan dan ikuti jalan dengan gembira tanpa menoleh ke belakang"
(Marcus Aurelius)



KATA PENGANTAR

Saya mengucapkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkat, rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir atau Skripsi dengan judul “PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *EWOM* DAN *CONSUMER TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA GARISWAKTU.PM DI *E-COMMERCE SHOPEE*”. Bersyukur dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, ini adalah salah satu syarat untuk menulis tugas akhir dalam rangka menyelesaikan Laporan Proyek Akhir (LTA) untuk Program Sarjana (S1) Manajemen. Proyek Akhir atau Tesis ini tidak ditulis tanpa bantuan dan arahan dari banyak orang, termasuk mereka yang memberikan dukungan materi, etika, dan spiritual. Oleh karena itu, sebagai penulis, saya ingin menggunakan kesempatan ini untuk mengucapkan terima kasih.:

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember,
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember,
3. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM. selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember,
4. Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M.MT selaku dosen penguji Skripsi yang telah bersedia memberikan kritik dan saran, bimbingan serta arahan yang bermanfaat demi menyempurnakan skripsi ini,
5. Dr. Budi Santoso, SE., MM., M.Akun selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan pembinaan dan pendampingan dengan tekun dan disiplin dalam penulisan skripsi ini,
6. Ibu Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan pembinaan dan pendampingan dengan tekun dan sabar dalam penulisan skripsi ini,
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember, serta jajarannya.

Jember, 12 Agustus 2025

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
PERNYATAAN PENULIS.....	II
LEMBAR PENGESAHAN.....	III
LEMBAR PERSEMBAHAN	IV
ABSTRAK	V
MOTTO	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Teori	5
2.1.1 <i>Grand Theory (Theory Of Planned Behavior)</i>	5
2.1.2 <i>E-service quality</i>	5
2.1.3 <i>Electronical word of mouth (EWOM)</i>	7
2.1.4 <i>Consumer Trust</i>	8
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	9
2.2 <i>E-commerce</i>	11
2.3 Penelitian Terdahulu	11
2.4 kerangka konseptual.....	12
2.5 Hipotesis.....	12
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	14
3.1 Identifikasi Variabel	14

3.1.1	Variabel Independen/Bebas	14
3.1.2	Variabel Dependen/Terikat	14
3.2	Definisi Variabel.....	14
3.2.1	<i>E-Service Quality</i>	14
3.2.2	<i>E-Word Of Mouth (EWOM)</i>	15
3.2.3	<i>Consumer Trust</i>	15
3.2.4	Keputusan Pembelian.....	15
3.3	Desain Penelitian	15
3.4	Populasi Dan Sampel.....	16
3.4.1	Populasi.....	16
3.4.2	Sampel	16
3.5	Jenis Data.....	17
3.5.1	Data Sekunder.....	17
3.5.2	Data Primer.....	17
3.6	Metode Pengumpulan Data	17
3.6.1	Observasi	17
3.6.2	Wawancara.....	17
3.7	Teknik Analisis Data	18
3.7.1	Uji Instrument Data.....	18
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	19
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	19
3.7.4	Uji Hipotesis	20
3.8	Daftar Pustaka.....	22
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.1.1	Sejarah Singkat Gariswaktu.Pm	29
4.1.2	Tenaga Kerja Gariswaktu.Pm	31
4.1.3	Produk Dan Harga Produk Gariswaktu.Pm.....	31
4.2	Hasil Analisis Data	32
4.2.1	Karakteristik Responden.....	32
4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
4.2.2 Analisis Deskriptif Pernyataan	34
4.2.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas	36
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	38
4.2.4.1 Uji Multikolinieritas	38
4.2.4.2 Uji Heteroskedastisitas	38
4.2.4.3 Uji Normalitas	39
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda	40
4.2.6 Koefisien Determinan (R ²)	40
4.2.7 Pengujian Secara Parsial (Uji T)	41
4.3 Pembahasan	42
4.3.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	42
4.3.2 Pengaruh <i>Ewom</i> Terhadap Keputusan Pembelian	43
4.3.3 Pengaruh <i>Consumer Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian	44
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Gariswaktu.pm Tahun 2024	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (2020-2024)	11
Tabel 4.1 Tenaga Kerja Garsiwaktu.pm	31
Tabel 4.2 Jenis Produk Gariswaktu.pm	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap <i>E-Service Quality</i>	34
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap <i>Ewom</i>	35
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap <i>Consumer Trust</i>	35
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	36
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.12 Statistik Kolinieritas	38
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda	40
Tabel 4.14 Nilai Koefisien Determinan R^2	41
Tabel 4.15 Ringkasan Hasil Uji T	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Produk Terlaris di Shopee	2
Gambar 1.2 Poin Penalti Dari Gariswaktu.pm	3
Gambar 2.1 Mekanisme Pengambilan Keputusan	10
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	18
Gambar 4.1 Logo Gariswaktu.pm	29
Gambar 4.2 Tahun Berdiri Gariswaktu.pm	29
Gambar 4.3 Foto Produk Gariswaktu.pm	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	49
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	51
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Jawaban Responden	56
Lampiran 4 Bukti Pengisian Responden	62
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	64
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	67
Lampiran 7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	69
Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	76
Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik.....	78

