



**ANALISIS PENGARUH E-SERVQUAL, CELEBGRAM ENDORSEMENT
DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**
(Studi Kasus Pada Online Shop @Ingehutayashop)

SKRIPSI

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

Oleh:

LIZA PUSPHITA DEBBY

NIM. 14.1041.1005

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
TAHUN 2018**

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul; *Analisis Pengaruh e-SERVQUAL, Celebgram Endorsement, dan e-WOM terhadap Keputusan Pembelian terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Online Shop @Ingehutayashop)*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 16 Juli 2016

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Bayu Wijayanti, SE.MM.

NPK. 10.09.061

Anggota 1,

Anggota 2,

Maheni Ika Sari, SE.MM.
NPK. 197708112005012000

Yohanes Gunawan W, SE.MM.
NPK. 19840604..1.1703794

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Prodi. Manajemen.

Dr. Arik Susbiyani, M. Si.
NPK. 01 09 289

Drs.Anwar M.Sc.
NPK. 85.03.125

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, atas limpahan berkat, rahmat, serta hidayah-Nya bagi penulis, sehingga proses penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh e-SERVQUAL, Celebgram *Endorsment* dan e-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Online Shop @Ingehutayashop*” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu prasyarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muhammadiyah Jember.

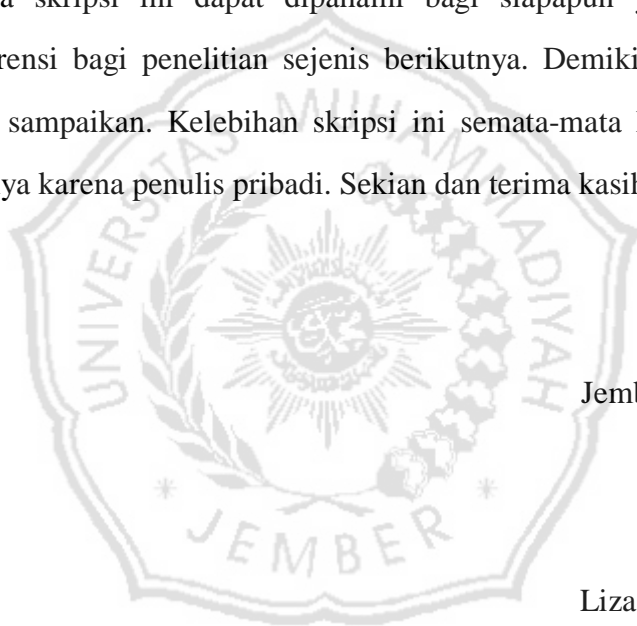
Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis berterima kasih atas dukungan dan bantuan tersebut. Penulis sangat berharap skripsi ini dapat berguna dalam rangka menambah wawasan serta pengetahuan kita mengenai pengaruh e-SERVQUAL, Celebgram *Endorsment* dan e-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Online Shop* di @Ingehutayashop. Dalam kesempatan ini, penulis dengan tulus hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. M. Hazmi, DESS., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Drs. Anwar M.Sc sebagai Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Maheni Ika Sari, SE. MM., selaku dosen Pembimbing 1.
5. Bapak Yohanes Gunawan W, SE. MM., selaku dosen Pembimbing 2.
6. Ibu Bayu Wijayanti, SE. MM., selaku dosen Penguji.
7. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan Universitas Muhammadiyah Jember.

9. Bapak dan Ibu, orang tua dari penulis.
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan serta berbagi pengalaman pada proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi, sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan dimasa yang akan datang.

Semoga skripsi ini dapat dipahami bagi siapapun yang membacanya, sebagai referensi bagi penelitian sejenis berikutnya. Demikian, hanya ini yang bisa penulis sampaikan. Kelebihan skripsi ini semata-mata karena Allah SWT, kekurangannya karena penulis pribadi. Sekian dan terima kasih.



Jember, 16 Juli 2018
Penyusun

Liza Pusphita Debby

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN.....	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Manajemen Pemasaran	8
2.2 Konsep Pemasaran.....	9
2.3 Promosi	11

2.3.1 Pengertian Promosi.....	11
2.3.2 Tujuan Promosi.....	11
2.4 <i>Electronic Service Quality</i> (e-SERVQUAL)	12
2.4.1 Definisi <i>Electronic Service Quality</i>	12
2.4.2 Dimensi e-SERVQUAL.....	12
2.5 Celebgram <i>Endorsment</i>	14
2.5.1 Definisi Celebgram <i>Endorsment</i>	14
2.5.2 Dimensi Celebgram <i>Endorsement</i>	15
2.5.3 Peran <i>Celebrity</i>	17
2.5.4 Jenis-jenis endorser.....	18
2.6 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	18
2.6.1 Definisi <i>Electronic Word Of Mouth</i>	18
2.6.2 Perbedaan <i>Electronic Word Of Mouth</i> dengan <i>Word of Mouth</i>	19
2.6.3 Media <i>Electronic Word of Mouth</i>	22
2.6.4 Komunikasi <i>Electronic Word of Mouth</i>	23
2.6.5 Faktor dalam komunikasi <i>Electronic Word of Mouth</i>	23
2.6.6 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	24
2.7 Keputusan Pembelian	24
2.7.1 Proses Keputusan Pembelian.....	24
2.7.2 Faktor-faktor dalam pengambilan Keputusan Pembelian	25
2.7.3 Tahap-tahap Proses Pembelian	27
2.7.4 Dimensi Keputusan Pembelian.....	29
2.8 Penelitian Terdahulu	29
2.9 Kerangka Konseptual.....	30
2.10 Hipotesis	31

BAB 3: METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Identifikasi Variabel.....	35
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.2.1 e-SERVQUAL.....	35
3.2.2 Celebgram <i>Endorsement</i>	36
3.2.3 e-WOM.....	36
3.2.4 Keputusan Pembelian.....	37
3.3 Desain Penelitian.....	37
3.4 Jenis Data Penelitian.....	37
3.5 Populasi dan Sampel.....	38
3.5.1 Populasi.....	38
3.5.2 Sampel.....	38
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.8 Skala Pengukuran.....	40
3.9 Statistik Deskriptif.....	41
3.10 Teknik Analisis Data.....	41
3.10.1 Uji Instrumen.....	41
3.10.1.1 Uji Validitas.....	41
3.10.1.2 Uji Reliabilitas.....	42
3.10.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.10.2.1 Uji Multikoleniaritas.....	42
3.10.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.10.2.3 Uji Normalitas Data.....	43
3.10.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.10.4 Uji Hipotesis.....	44
3.10.5 Koefisien Determinasi.....	45

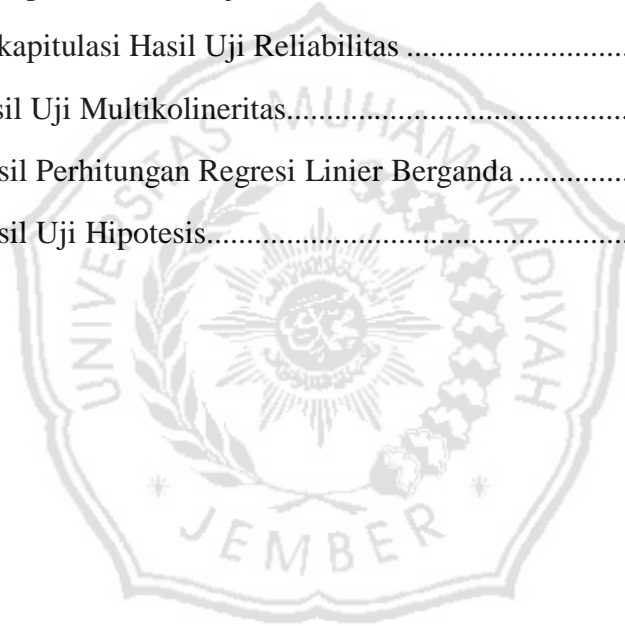
BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	46
4.1.1 Sejarah Singkat dan Perkembangan Perusahaan	47
4.1.2 Visi dan Misi @Ingehutayashop.....	47
4.1.3 Struktur Organisasi @Ingehutayashop	47
4.1.4 Job Description @Ingehutayashop	48
4.1.5 Data Celebgram Endorser @Ingehutayashop.....	50
4.2 Statistik Deskriptif	51
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	51
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.3 Hasil Analisis Data	52
4.3.1 Uji Instrumen Data	52
4.3.1.1 Uji Validitas.....	52
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	54
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	55
4.3.2.1 Uji Multikoleniaritas	55
4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.3.2.3 Uji Normalitas Data	57
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	58
4.3.5 Uji Hipotesis	59
4.3.6 Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.3 Pembahasan	61
4.3.1 Pengaruh e-SERVQUAL terhadap Keputusan Pembelian ...	62
4.3.2 Pengaruh Celebgram terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.3.3 Pengaruh e-WOM terhadap Keputusan Pembelian	64

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	73



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan <i>Word of Mouth</i> dengan <i>Electronic Word of Mouth</i>	21
Tabel 4.1 Data Celebgram yang pernah di endorse oleh @Ingehutayashop.	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Data Fluktuasi online shop @Ingehutayashop	5
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 4.1 Hasil data fluktuasi Januari – Maret 2018 @Ingehutayashop	47
Gambar 4.2 Struktur Organisasi @Ingehutayashop.....	48
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner.....	73
Lampiran 1.2 Data Tabulasi.....	77
Lampiran 1.3 Hasil Analisis Data.....	78
Lampiran 1.4 Surat Ijin Penelitian.....	88
Lampiran 1.5 Dokumentasi.....	90



DAFTAR PUSTAKA

- A. Pasuraman, Valerie A.Z. (1985). *“A Conceptual of Service Quality and its Implication for Future Research “*. *Journal of Marketing* volume 49.
- A.Shimp Terence, (2003). **Periklanan dan Promosi**. Erlangga, Jakarta.
- Agus Purwanto, Erwan dan Dyan Ratih Sulistyastuti, (2007). **Metode Penelitian**. Gava Media, Yogyakarta.
- Balawera, Asriyanto (2013). **GreenMarketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Produk Organik di Manado**. *Jurnal EMBA* volume 1, Nomor 4.
- Berry et.al (1992). *Five Imperative for Improving Service Quality Managing Service*. Lovelock, New Jersey (1992).
- Boyd, Harper W.Orville C.Walker, Jean ClaudeLarrche, (2000). **Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Oriental Global**. Erlangga, Jakarta.
- Bungin Burhan, (2006). **Metodologi Penelitian**. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Dyah (2014). **Pengaruh Celebgram Sebagai Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen @Dukefaust**. Universitas Brawijaya Malang.
- Engel, Yames Fet al, (1994). **Perilaku Konsumen**. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ferdinand, Augusty (2006). **Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Freddy Rangkuti, (2008). **Business edisi kedelapan**. Erlangga, Jakarta.
- Ghozali Imam, (2009). **Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS**. Universitas Diponegoro Semarang.
- Goldsmith (2000). **How To Do Media and Cultural Studies: Panduan untuk melaksanakan Penelitian Media dan Budaya**. Erlangga, Jakarta.
- Griffin, R.W , (2004). **Manajemen edisi ketujuh**. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Hanson W, (2000). *Internet Marketing One Edition*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Harper W.Boyd,Jr (2000). **Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global**. Erlangga, Jakarta.

Harrir,Thomas (2012). *Marketing Public Relations*. Amerika

Henning Thureau et.al (2004) *The Secret Word Of Mouth Marketing*. Erlangga, Jakarta.

Henning Thureau et.al dalam Jalilvand dan Samiei (2012). **Pengaruh Electronic Word Of Mouth**. Universitas Lampung.

Huang et.al (2009). **Kualitas Pelayanan**. Erlangga, Jakarta.

Ismayanti dkk (2015). Dalam jurnal **Pengaruh Kepercayaan dan E-Service Quality terhadap keputusan Pembelian akomodasi di Bali pada situs Booking.com**. Fakultas Pariwisata UNUD.

Jalilvand (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth*. Erlangga, Jakarta.

Jonathan Sarwono, (2006). **Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif**. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kahle dan Homer (1985) dan Rex (1997) dalam Ishak (2008). **Pengantar Kredibilit Endorser terhadap Minat Beli Konsumen**. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Kotler, Philip (1997). *Marketing Management*. PT.Indeks Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong, (2001). **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Penerbit PT.Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip. (2003). **Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kesembilan**. Penerbit PT.Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2007). **Manajemen Pemasaran Edisi Kedua belas**. PT.Indeks, Jakarta.

Kotler dan Kevin Lane Keller, (2009). **Prinsip-prinsip Pemasaran**. PT.Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, (2012). *Marketing Management*. PT.Indeks, Jakarta.

- Lupriyadi, (2001). **Manajemen Pemasaran Jasa**. Penerbit Salemba Empat, Yogyakarta.
- Mooji, (2005). *Elaboration Likelihood Model*. Erlangga, Jakarta.
- Mowen dan Minor (2002). *Creating and Managing Brands*. Erlangga, Jakarta.
- Mowen dan Minor, (2012). **Perilaku Konsumen**. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Nigroho J.Setiadi, (2003). **Perilaku Konsumen**. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Paludi, Salman (2016). **Analisis Pengaruh e-WOM terhadap Citra Destinasi Kepuasan Wisatawan dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Botani**. Jakarta.
- Parangkuan dan Wenas (2014). **Dalam jurnal Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian produk Shampo Head and Shoulders di 24 Mart Manado**. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Percy dan Rosenbaum (2012). *Strategic Advertising Management*. Oxford University.
- Putra, Ervin (2017). **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Kepuasan Konsumen pada PT.Nasmoco Bengawan Motor dengan Metode Servqual**. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rangkuti, Freddy (2006). **Riset Pemasaran**. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ramdhani, (2003). **Dalam Modul Pembelajaran Internet**, Bandung.
- Riany Pusphita (2015). **Pengaruh Celebrity Worship terhadap Perilaku Konsumtif pada Fans JKT 48**. Jakarta.
- Ricky W.Griffin, dan Michael W.Pustay (2015). *Business Edisi Kedelapan*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Rossiter, Jhon dan Percy, (1997). **Periklanan Edisi Ketiga**. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Saladin, Djasim (2009). **Strategi Promosi yang Kreatif Edisi Pertama**. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Salman, (2016). *Electronic Word Of Mouth terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, dan Loyalitas Destinasi*. Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Sertoglu A, Caglio, Korkmaz S. (2014). *Examining The Effect of Endorser Creibility On The Consumers Buying Intention Vol.4 No.1*. Erlangga, Jakarta.

Shimp, (2003) dalam Dyah (2014). **Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli @Dukefaust**. Universitas Brawijaya Malang.

Shimp (2013) dalam Anggun Savitri (2015). **Penggunaan Anggun C. Sismi sebagai Celebrity Endorser dalam Iklan Shampo Pentene**. Universitas Negeri Yogyakarta.

Silverman (2001). *Word of Mouth*. PT.Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sri, Viranti (2012). **Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Sosial Twitter terhadap Minat Beli Konsumen**. Universitas Indonesia.

Sugiyono, (2006). **Statistika untuk Penelitian Catatan Ketujuh**. CV.Afabeta, Bandung.

Sugiyono, (2007). **Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D**. CV.Afabeta, Bandung.

Sugiyono, (2008). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. CV.Afabeta, Bandung.

Sugiyono (2010). **Penelitian Kualitatif**. CV. Alfabeta. Bandung.

Swastha (1979). **Konsep Pemasaran**. Erlangga, Jakarta.

Swastha (1996). **Azas-azas Marketing**. Erlangga, Jakarta.

Swastha dan Hani handoko (2000). **Manajemen Pemasaran “Analisis perilaku konsumen” edisi pertama cetakan ketiga**. BPFE, Yogyakarta.

Tjiptono Fandy (2000). **Manajemen Jasa edisi kedua**. Penerbit Andi BPFE, Yogyakarta.

Tjiptono Fandy (2008). **Strategi Pemasaran edisi 3**. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Walter A. Rosen Baum, (2012). *Environmental Politics and Policy*. PT.Buku seru, Yogyakarta.

West, Richard, dan Turner, Lynn H. (2008). **Pengantar Teori Komunikasi**. PT.Buku Seru, Yogyakarta.

Wijaya, Paramita (2016). **Dalam Jurnal Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian.** Universitas Kristen Satya Wacana.

Yuliando (2013). **Dalam Jurnal Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.** Universitas Negeri Malang.

Zeithaml, et.al (2002). *Service Quality Delivery Through Web Sites : A critical Review of Extant Knowledge.* Journal of The Academy of Marketing Science.

