

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN PADA *MARKETPLACE*
LAZADA DI KABUPATEN
BULELENG**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**



Oleh

Luh Mega Yuliasuti

NIM 1717041127

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2021

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA PENDIDIKAN**

Menyetujui

Pembimbing I,



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA
NIP. 198208312010121001

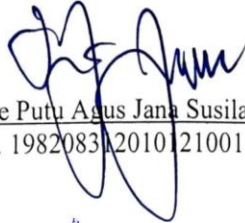
Pembimbing II,



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M
NIP. 198309210015041001

Skripsi oleh Luh Mega Yuliasuti
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 19 Februari 2021

Dewan Penguji



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E.,MBA
NIP. 198208312010121001

(Ketua)



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001

(Anggota)



Rahutama Atidira, S.T., M.M
NIP. 198805032018031001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 25 Februari 2021

Mengetahui,

Ketua Ujian,

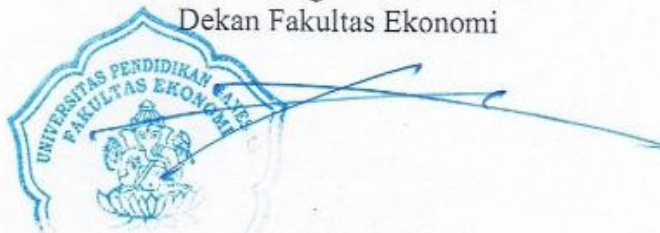
Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “pengaruh citra merek dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan penggunaan pada *marketplace* lazada di kabupaten buleleng” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 25 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



Luh Mega Yuliasuti

NIM. 1717041127

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat-Nyalah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Penggunaan Pada *Marketplace* Lazada di Kabupaten Buleleng”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi di Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan arahan, serta bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
5. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA. selaku pembimbing I yang dengan segala tanggungjawab, kesabaran dan semangat dalam memberikan bimbingan, saran, masukan dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku pembimbing II yang dengan segala tanggungjawab, kesabaran dan semangat dalam memberikan bimbingan, saran, masukan dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen di Program Studi S1 Manajemen yang selalu memberikan petunjuk, saran dan mendidik selama penulis belajar di Program Studi S1 Manajemen.
8. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah

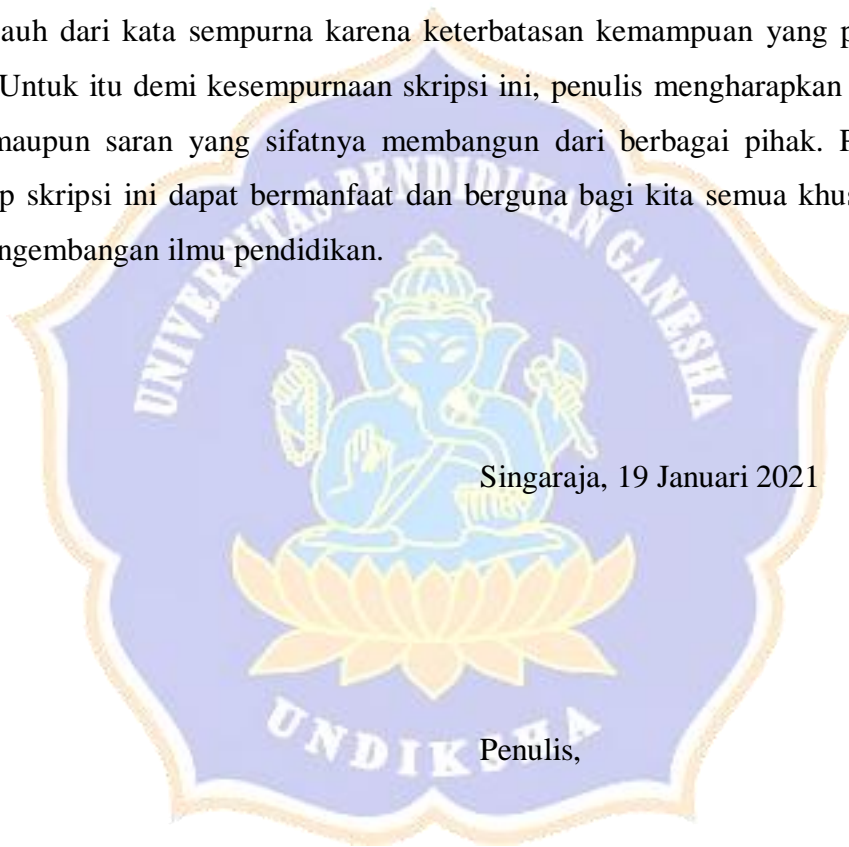
memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang di butukan selama kuliah dan selama penyusunan skripsi ini.

9. Ibu (Ketut Miadi), Kakak (Putu Arcana, Kadek Astuti, Komang Lontari, dan Ketut Santi Yastuti) yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, semangat dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Kelas C Prodi S1 Manajemen Angkatan 2017.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutka satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan ilmu pendidikan.

Singaraja, 19 Januari 2021

Penulis,



DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
DAFTAR LAINNYA	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
2.1 Keputusan Penggunaan	11
2.2 Citra Merek	15
2.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	18
2.4 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	21
2.5 Hubungan Antar Variabel	25
2.6 Kerangka Berpikir	27
2.7 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.2 Rancangan Penelitian.....	30
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	31
3.4 Sampel Penelitian	31
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	39

3.7 Pengujian Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Data	48
4.2 Pengujian Asumsi	50
4.3 Pengujian Hipotesis	59
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.5 Implikasi	64
BAB V PENUTUP	66
5.1 Rangkuman	66
5.2 Simpulan	67
5.3 Saran	68
DAFTAR RUJUKAN	69
LAMPIRAN	72



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data <i>Top Brand Index</i> Kategori Situs Jual Beli <i>Online</i> di Indonesia Pada Tahun 2019 dan Tahun 2020	2
Tabel 1.2 Observasi Awal Variabel Keputusan Penggunaan	3
Tabel 1.3 Observasi Awal Variabel Citra Merek	5
Tabel 1.4 Observasi Awal Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	7
Table 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
Tabel 3.2 Variabel Penelitian, Indikator, Skala Pengukuran	34
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	35
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	36
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	37
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	38
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Sampel Besar	39
Tabel 4.1 Data Presentase Umur Responden	49
Tabel 4.2 Data Persentase Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonieritas	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik Glejser	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Analisis Regresi Linier Berganda	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Citra Merek dan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Penggunaan Pada <i>Marketplace</i> Lazada Di Kabupaten Buleleng.....	28
Gambar 4.1 Normal P-Plot.....	51
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplots</i>	54
Gambar 4.3 Struktur Pengaruh Citra Merek dan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Penggunaan	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Data <i>Top Brand Index</i> Kategori Situs Jual Beli <i>Online</i>	62
Lampiran 02. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel Citra Merek dan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Penggunaan	63
Lampiran 03 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 04 Tabulasi Data Kuesioner Sampel Kecil Pada <i>Marketplace</i> Lazada di Kabupaten Buleleng	72
Lampiran 05 Tabulasi Data Kuesioner Sampel Besar Pada <i>Marketplace</i> Lazada di Kabupaten Buleleng	74
Lampiran 06 Distribusi Nilai r_{tabel} Signifikan 5% dan 1%	79
Lampiran 07 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	80
Lampiran 08 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	81
Lampiran 09 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	83
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Sampel Besar	84
Lampiran 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	86

DAFTAR LAINNYA

	Halaman
Rumus 3.1 Persamaan Regresi	44

