

ABSTRAK

Jansen Wijono - Christophorus Brian Edbert Skripsi :

Pengaruh *e-WoM* Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Makanan Minuman Pada Bisnis Kuliner Di GoFood

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *e-WoM* dan persepsi nilai terhadap minat beli makanan pada bisnis kuliner di GoFood. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala Likert. Metode pengumpulan data dilakukan secara online dengan metode kuisisioner dengan total jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99 responden dan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Analisa penelitian ini menggunakan bantuan program PLS dengan hasil yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan *e-WoM* terhadap minat beli dan adanya pengaruh signifikan *e-WoM* terhadap persepsi nilai. Lalu adanya pengaruh signifikan persepsi nilai terhadap minat beli.

Kata kunci : *e-WoM*, persepsi nilai, minat beli

ABSTRACT

Jansen Wijono and Christophorus Brian Edbert Thesis :

The Influence of e-WoM and Perceived Value on Purchase Intention of Food and Beverages in the Culinary Business on GoFood

This research is conducted to determine whether there is an effect of e-WoM and perceived value on purchase intention of food and beverages in the culinary business on GoFood. The main instrument to collect the data was using questionnaire that measured by Likert scale. The data collection method was carried out online using the questionnaire method with the number of samples in this study were 99 respondents and the research used was quantitative research. The analysis of this research uses the help of the PLS program with the results showing that there is a significant effect of e-WoM on purchase intention and there is a significant effect of e-WoM on perceived value. Then there is a significant influence of perceived value on purchase intention.

Keywords : e-WoM, perceived value, purchase intention

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat penelitian	6
2. LANDASAN TEORI	
2.1. <i>S-O-R Theory</i>	7
2.2. <i>Word Of Mouth</i>	7
2.2.1 <i>Electronic Word Of Mouth (e-WoM)</i>	9
2.3. Persepsi Nilai	15
2.4. Minat beli	19
2.5. Penelitian Terdahulu	21
2.6. Hubungan antar Konsep	26
2.6.1 Hubungan antara <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Minat Beli	26
2.6.2 Hubungan antara <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Persepsi Nilai	26
2.6.3 Hubungan antara Persepsi Nilai dan Minat Beli	26
2.7. Kerangka Pemikiran	27
3. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	30
3.2. Populasi dan Sampel.....	30
3.3. Jenis dan Sumber Data	31
3.3.1 Jenis Data	31
3.3.2 Data Primer	31
3.3.3 Data Sekunder	32
3.4. Metode dan Prosedur Pengumpulan Data	32

3.5. Variabel Penelitian	33
3.6 TEKNIK ANALISA DATA	
3.6.1 Uji Keabsahan Data	36
3.6.3 Analisis Statistik Deskriptif	38
3.6.4 Partial Least Square (PLS)	38
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum GoFood	40
4.2 Profile Responden	42
4.3 Analisa Statistik Deskriptif	44
4.4 Analisis Partial Least Square	47
4.4.1 Uji Outer Model	47
4.4.2 Uji Inner Model	51
4.5 Pembahasan	55
4.5.1 Pengaruh e-WoM terhadap minat beli	55
4.5.2 Pengaruh e-WoM terhadap persepsi nilai	55
5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran	57
DAFTAR REFERENSI	59
DAFTAR LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

2.1 Indikator e-WoM	11
2.2 Indikator Persepsi Nilai	17
2.3 Indikator Minat Beli	20
2.4 Rangkuman Penelitian Terdahulu	22
3.1 Pengukuran Skala <i>Likert</i>	32
3.2 Indikator Empirik <i>Electronic Word of Mouth</i>	33
3.3 Indikator Empirik Persepsi Nilai	34
3.4 Indikator Empirik Minat Beli	35
3.5 Uji Validitas	36
3.6 Uji Reabilitas	37
4.1 Profil Responden	42
4.2 Analisa Data Mean dan Standard Terhadap (e-WoM).....	44
4.3 Analisa Data Mean dan Standard Deviasi Terhadap Variabel Persepsi Nilai.....	45
4.4 Analisa Data Mean dan Standard Deviasi Terhadap Variabel Minat beli	46
4.5 Hasil Uji Konvergen	49
4.6 Hasil Uji Cross Loading	49
4.7 Hasil Uji Fornell Larcker	50
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	51
4.9 Hasil Uji R-square	51
4.10 Hasil Uji Path coefficient	52
4.11 Hasil Uji T-statistic	53
4.12 Hasil Uji Indirect effect	54
4.13 Hasil Uji Hipotesis	54

DAFTAR GAMBAR

1.1 Nilai bisnis layanan berbasis pesan antar makanan	2
1.2 Tampilan e-WoM	4
2.1 S-O-R Theory	7
2.2 Kerangka pemikiran	28
4.1 Tampilan fitur GoFood	40
4.2 Tampilan ulasan	41
4.3 Hasil uji validitas Konvergen sebelum reduksi	48
4.4 Hasil uji validitas Konvergen setelah reduksi	48

DAFTAR RUMUS

Q -square	52
-----------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Screening responden	66
Profil responden	66
Kuisisioner <i>e-WoM</i>	70
Kuisisioner Persepsi nilai	70
Kuisisioner Minat Beli	71
Data Mentah	71
Uji validitas dan reliabilitas <i>e-WoM</i>	73
Uji validitas dan reliabilitas Persepsi nilai	74
Uji validitas dan reliabilitas Minat beli	75
Data demografi	76
Uji PLS	77
Cross loading PLS	78
Construct Reliability	78
Fornell Larcker	78
Spesific indirect effect	78
Path coefficients	79