

**PENGARUH *E-WOM, SOCIAL MEDIA MARKETING DAN E-TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI *SHOPEE***  
**(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI KECAMATAN KEBON JERUK JAKARTA BARAT)**

**SKRIPSI**



Disusun oleh:

**AKHMAD DENY ALFANUDIN**

**210400007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
JAKARTA  
2025**

***THE IMPACT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM),  
SOCIAL MEDIA MARKETING, AND ELECTRONIC TRUST (E-  
TRUST) ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS IN THE  
SHOPEE APPLICATION (A CASE STUDY OF CONSUMERS IN  
KEBON JERUK DISTRICT, WEST JAKARTA)***

**THESIS**



**AKHMAD DENY ALFANUDIN**

**210400007**

**DEPARTMENT OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS  
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY  
JAKARTA  
2025**

**PENGARUH *E-WOM, SOCIAL MEDIA MARKETING*  
DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
APLIKASI *SHOPEE*  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI KECAMATAN KEBON  
JERUK JAKARTA BARAT)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen



Disusun oleh:

**AKHMAD DENY ALFANUDIN**

**210400007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
JAKARTA  
2025**

***THE IMPACT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM),  
SOCIAL MEDIA MARKETING, AND ELECTRONIC TRUST (E-  
TRUST) ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS IN THE  
SHOPEE APPLICATION (A CASE STUDY OF CONSUMERS IN  
KEBON JERUK DISTRICT, WEST JAKARTA)***

**AN UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted in one of fulfillment of the requirements for

the Degree of Management



Compiled By :

**AKHMAD DENY ALFANUDIN**

**210400007**

**DEPARTMENT OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS  
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY  
JAKARTA**

**2025**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Akhmad Deny Alfanudin

NIM : 210400007

Program Studi : Manajemen

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, disusun tanpa adanya tindakan plagiarisme. Seluruh isi dan tanggung jawab atas skripsi ini sepenuhnya berada di bawah tanggung jawab saya. Apabila terdapat kutipan atau referensi dari karya orang lain, saya telah mencantumkannya sesuai dengan aturan penulisan ilmiah yang berlaku. Saya siap menerima sanksi, termasuk pembatalan skripsi ini, apabila di kemudian hari terbukti melakukan pelanggaran akademik atau plagiarisme.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 12 Agustus 2025



Akhmad Deny Alfanudin

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

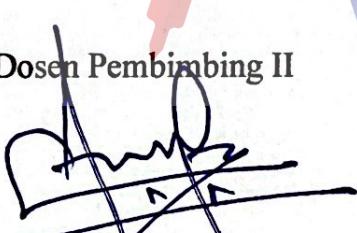
Nama : Akhmad Deny Alfanudin  
NIM : 210400007  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *E-WOM, Social Media Marketing, dan E-Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen di Kecamatan Kebon Jeruk, Jakarta Barat).  
Tanggal Ujian : 12 Agustus 2025

Skripsi ini telah direvisi dan disempurnakan berdasarkan masukan serta komentar dari Tim Pengaji, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Satya Negara Indonesia.

UNIVERSITAS SATYA  
NEGARA INDONESIA

Jakarta, 12 Agustus 2025

Dosen Pembimbing II

  
Dr. Guston Sitorus., SE., MM.

Dosen Pembimbing I

  
Yuli Setiawan, S.A.B., M.A

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Drs. Dharmawan P Hadad, M.M

Ketua Jurusan

  
Dr. Noviarti, S.E., M.M

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Akhmad Deny Alfanudin  
NIM : 210400007  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *E-WOM, Social Media Marketing, dan E-Trust*  
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee  
(Studi Kasus Pada Konsumen di Kecamatan Kebon Jeruk,  
Jakarta Barat).  
Tanggal Ujian : 12 Agustus 2025

Skripsi ini telah direvisi dan disempurnakan berdasarkan masukan serta komentar dari Tim Pengaji, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Satya Negara Indonesia.

UNIVERSITAS SATYA

NEGARA INDONESIA

Jakarta, 12 Agustus 2025

Ketua Pengaji



Yuli Setiawan, S.A.B., M.A

Pengaji I



(Lucy Nancy, SE., MM)

Pengaji II



(Dr. Noviarti, SE., MM)

**PERYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**  
**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK**  
**KEPENTIANGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademisi Universitas Satya Negara Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Akhmad Deny Alfanudin  
NIM : 210400007  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) kepada Universitas Satya Negara Indonesia atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH E-WOM, SOCIAL MEDIA MARKETING, DAN E-TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI KECAMATAN KEBON JERUK, JAKARTA BARAT).**

berserta kelengkapan lainnya (jika diperlukan)

Selain itu, Universitas Satya Negara Indonesia berhak menyimpan, menagih media/format-kan, mengelolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih Hak Cipta dan bertujuan untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang digunakan secara etis.

Jakarta, 12 Agustus 2025

Yang menyatakan,



(Akhmad Deny Alfanudin)

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pengaruh E-Wom, Social Media Marketing Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen Di Kecamatan Kebon Jeruk Jakarta Barat)*”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia. Dalam kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan baik dalam secara moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Bapak Dr. Sihar P.H Sitorus, B.S.B.A, M.B.A.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia Bapak Dr. Drs. Dharmawan P Hadad, M.M.
3. Ketua Program Studi Manajemen, Ibu Dr. Noviarti, S.E., M.M.
4. Dosen Pembimbing I, Bapak Yuli Setiawan, S.A.B., M.A yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

5. Dosen Pembimbing II, Bapak Dr. Guston Sitorus., SE., MM. yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis dan beserta staf TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.
7. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta yang amat sangat berjasa dalam hidup penulis. Terima kasih atas limpahan doa, kepercayaan, dukungan dan kasih sayang tiada henti yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sampai pada tahap akhir.
8. Terima kasih kepada teman seperjuangan saya yaitu Windi Patria Lestari, Rivo Akbar Firmansyah, Inne Sakti Prastyawati, Teman-teman rumah penulis (LA Team), yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu dan Teman Karang Taruna Kelurahan Kebon Jeruk yang telah senantiasa memberikan dukungan, membantu menyebarkan kuesioner, mendengarkan keluh kesah serta memberikan saran bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada seluruh teman yang pernah bersama penulis, terima kasih untuk segala bantuannya, sehingga dapat membuktikan bahwa kalian akan tetap menjadi alasan penulis untuk terus berproses dan berkembang agar menjadi pribadi yang lebih baik.

10. Terima kasih kepada seluruh teman-teman angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya yang telah berperan memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah ini.
11. Terakhir, penulis ucapan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada diri sendiri. Terima kasih telah berjuang, bertahan, berusaha dengan maksimal dan memilih untuk tetap tegar dan bangkit dalam menghadapi segala rintangan. Tidak mudah bisa ada ditahap ini, namun penulis berhasil melewatkannya dan akan terus tumbuh serta berkembang menjadi pribadi yang lebih baik untuk membuat sejarah yang baru dalam hidup penulis. Teruslah bekerja keras, karena kerja keras tidak akan pernah menghianati hasil.



Akhmad Deny Alfanudin

**DOSEN PEMBIMBING I** : Yuli Setiawan, S.A.B., M.A

**DOSEN PEMBIMBING II** : Dr. Guston Sitorus, SE., MM.

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-WOM*, *Social Media Marketing*, dan *E-Trust* terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee, baik secara simultan maupun parsial, di kalangan konsumen yang berada di Kecamatan Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan teknik *non-probability sampling*. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari generasi Z dan milenial yang aktif menggunakan layanan belanja *online* di aplikasi Shopee, dengan jumlah sampel sebanyak 85 responden, yang ditentukan menggunakan rumus *Roscoe*. Analisis data dilakukan melalui regresi linear berganda, serta didukung oleh uji F untuk pengujian simultan, uji t untuk pengujian parsial, dan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*), menggunakan bantuan *software SPSS* versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu *E-WOM*, *Social Media Marketing*, dan *E-Trust*, secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z dan milenial di aplikasi Shopee.

**Kata Kunci:** *E-WOM*, *Social Media Marketing*, *E-Trust*, Keputusan Pembelian

**ADVISOR I :** Yuli Setiawan, S.A.B., M.A

**ADVISOR II :** Dr. Guston Sitorus, SE., MM.

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the influence of E-WOM, Social Media Marketing, and E-Trust on purchase decisions on the Shopee application, both simultaneously and partially, among consumers in Kebon Jeruk District, West Jakarta. The research employed a quantitative method with a non-probability sampling technique. The population consisted of Generation Z and Millennials who actively use online shopping services on Shopee, with a sample size of 85 respondents determined using Roscoe's rule of thumb. Data analysis was conducted using multiple linear regression, supported by F-test (simultaneous), t-test (partial), and the Adjusted R Square coefficient, with the assistance of SPSS version 26. The results indicate that E-WOM, Social Media Marketing, and E-Trust have a positive and significant influence both simultaneously and partially on the purchase decisions of Gen Z and Millennial consumers on Shopee.*

**Keywords:** E-WOM, Social Media Marketing, E-Trust, Purchase Decision