

ABSTRAK

Penelitian skripsi ini dibuat untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth (e-wom)*, *kualitas website* dan *kualitas pelayanan* terhadap *minat beli* konsumen shopee di Kota Malang. penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang menitik beratkan pengujian hipotesis dengan analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat di generalisasikan. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen shopee di Kota Malang. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dan diperoleh jumlah sampel 110 responden. Alat uji dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda menggunakan *IBM SPSS Statistics 26*. Hasil penelitian ini diperoleh nilai koefisien regresi dari analisis regresi linier berganda, dengan variabel *electronic word of mouth (e-wom)* sebesar 0,147, variabel *kualitas website* sebesar 0,551 dan *kualitas pelayanan* sebesar 0,167. Dan penelitian ini dilakukan uji hipotesis dengan uji F dengan hasil $F_{hitung} 43,506 > F_{tabel} 2,69$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,50$, yang memiliki arti bahwa variabel *electronic word of mouth (e-wom)*, *kualitas website* dan *kualitas pelayanan* berpengaruh simultan terhadap variabel minat beli. Dan uji t dengan hasil *electronic word of mouth (e-wom)* $t_{hitung} 2,255 > t_{tabel} 1,983$, *kualitas website* $t_{hitung} 4,826 > t_{tabel} 1,983$ dan *kualitas pelayanan* $t_{hitung} 2,072 > t_{tabel} 1,983$ yang dapat disimpulkan bahwa secara parsial masing – masing variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat beli konsumen. Pada penelitian ini, variabel *kualitas website* merupakan variabel yang berpengaruh secara dominan terhadap minat beli dengan nilai *beta standardized* lebih besar dari variabel independen lainnya yaitu 0,450.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Kualitas Website, Kualitas Pelayanan dan Minat Beli*

ABSTRACT

This research was made to determine the effects of electronic word of mouth (e-wom), website quality and service quality on shopee consumer purchase interest in Malang. This study uses quantitative research with an emphasis on hypothesis testing with statistical analysis methods and produces generalizable conclusions. The sample in this study is shopee consumers in Malang City. The sampling technique in this study used non-probability sampling with purposive sampling method and obtained a total sample of 110 respondents. The study tool used a multiple linear regression using IBM SPSS Statistics 26. The results of this study obtained the regression coefficient value from multiple linear regression analysis, with the electronic word of mouth (e-wom) variable of 0,147, website quality variable of 0,551 and service quality of 0,164. And this research conducted a hypothesis test with the F test with the results of $F_{count} 43.506 > F_{table} 2.69$ with a significance level of $0,000 < 0,50$. Which means that the variables of electronic word of mouth (e-wom), website quality and service quality have a simultaneous effect on purchasing interest variables. And the t test with the results of electronic word of mouth has a value of $t_{count} 2,255 > t_{table} 1.983$, website quality $t_{count} 4,826 > t_{table} 1.983$ and service quality $t_{count} 2,072 > t_{table} 1.983$ which can be concluded that partially each variable has a significant influence on the consumer purchase interest variable. In this study, the variable of website quality is a variable that dominantly influences purchase interest with a standardized beta value greater than the other independent variables, namely 0,450.

Keywords: Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Website Quality, Service Quality and Purchase Interest