

**ANALISIS DETERMINAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
PADA *E-COMMERCE* SHOPEE BAROKAH**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR
SARJANA EKONOMI ISLAM**



oleh:

DANNIS PRADANA

NIM: 041711433138

PROGRAM STUDI S1 EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2022

DETERMINAN OF *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* ON *E-COMMERCE SHOPEE BAROKAH*

THESIS

**SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
BACHELOR OF ISLAMIC ECONOMICS**



by:

DANNIS PRADANA

NIM: 041711433138

**ISLAMIC ECONOMICS STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2022

SKRIPSI

ANALISIS DETERMINAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA *E-COMMERCE SHOPEE BAROKAH*

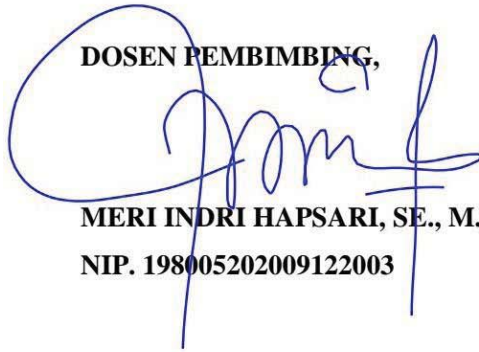
DIAJUKAN OLEH:

DANNIS PRADANA

NIM: 041711433138

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



MERI INDRI HAPSARI, SE., M.Si., Ph.D.

NIP. 198005202009122003

27 Juli 2022

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



BAYU ARIE FIANTO, SE., MBA., Ph.D.

NIP. 198502102010121004

27 Juli 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Dannis Pradana, 041711433138), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 6 Juli 2022



Dannis Pradana
NIM: 041711433138

DECLARATION

I, (Dannis Pradana, 041711433138), declare that:

1. My thesis is genuine and truly my own creation, and is not another's person work made under my name, nor a piracy or plagiarism. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree in Universitas Airlangga or in any other Universities/Colleges.
2. This thesis does not contain any work or opinion written or published by anyone, unless clearly acknowledged or refereed to by quoting the author's name and stated in the references.
3. This statement is true; if on the future this statement is proven to be fraud and dishonest, I agree to receive an academic sanction in the form of removal of the degree obtained through this thesis, and other sanctions in accordance with the prevailing norms and regulations in Universitas Airlangga.

Surabaya, 6 July 2022



Dannis Pradana
NIM: 041711433138

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji Syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas limpahan kasih sayang dan berkah Nya yang selalu memberikan kemudahan, kekuatan dan ketenangan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Determinan Electronic Word of Mouth pada E-commerce Shopee Barokah”. Tidak lupa kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadi pengingat peneliti agar selalu sabar dan semangat dalam menghadapi masa-masa sulit selama penulisan skripsi ini. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam Universitas Airlangga. Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan memiliki manfaat bagi pembaca dan para peneliti selanjutnya. Pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua peneliti yaitu Mulyo Santoso dan Lussy, saudara kandung peneliti yaitu Adissa Prasilla dan keluarga besar lainnya yang telah mendoakan dan memberikan semangat kepada peneliti sehingga menjadi sumber motivasi utama peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini di masa-masa sulit ekonomi keluarga.
2. Prof. Hj Dian Agustina, SE., M.Si., Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga beserta jajaran
3. Dr. Sri Herianingrum, S.E., M.Si., Ak. Selaku ketua Departemen Ekonomi Syariah dan Bayu Arie Fianto. SE., MBA., Ph.D selaku koordinator program studi sarjana Ekonomi Islam. Terimakasih telah senantiasa memberikan ilmu kepada peneliti ketika proses belajar-mengajar di kelas, dan ilmu yang telah diberikan melalui *platform youtube* yang sangat bermanfaat bagi kelancaran penulisan peneliti.
4. Meri Indri Hapsari, SE., M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing peneliti yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan nasihat dan arahan kepada peneliti. Terimakasih untuk selalu mengingatkan peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi sesuai dengan target yang telah diinginkan.
5. Dian Filianti, SE., M.Acc. Selaku dosen wali peneliti. Terimakasih atas bimbingan dalam menjalani masa perkuliahan
6. Seluruh staff pengajar dan staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, secara khusus staff pengajar dan staff administrasi Departemen Ekonomi Syariah yang telah memberikan informasi, ilmu, serta kelancaran dalam menyelesaikan administrasi skripsi peneliti
7. Teman Ekonomi Islam Angkatan 2017 ATLAS, terimakasih atas pengalaman 4 tahun ini yang selalu mendukung satu sama lain selama proses perkuliahan. Begitu juga teman-teman Jawa Timur yang telah mengajarkan peneliti Bahasa Surabaya sehingga peneliti bisa berkomunikasi dengan baik selama proses merantau 4 tahun ini.

8. Segenap Pengurus Himpunan Ekonomi Islam, secara khusus divisi JAKESMA periode 2018, terimakasih sudah diberikan ruang untuk belajar dan berproses meski pada awalnya terkendala Bahasa, tetapi bukan menjadi halangan untuk bisa berkembang disini. Terimakasih juga kepada periode 2019 yang telah memberikan pengalaman dan kenangan selama masa menjabat.
9. Partner bisnis peneliti Bola Says, Hanif Jordanto, Joey Malvine, Ilham, Djaloh Maulana, Muhammad Raihan Mauludin, Muhammad Al Fansa yang telah berjuang bersama untuk menghadirkan konten-konten berkualitas seputar sepak bola.
10. Partner kerja peneliti Bikin.in, Ilham Rahmanto dan Hanif Jordanto yang telah mengajarkan peneliti pengalaman berharga untuk terus konsisten dalam masa pandemi kemarin.
11. Partner bisnis peneliti Moscova Class, Rafa Tsurayya, Amar Reza Fikri, dan Aldhika Budi Pradana yang telah berjuang untuk membuat bisnis dari masa-masa awal kuliah, meskipun berbagai rintangan hadir seperti kesibukan dan pandemi, pengalaman memimpin bisnis ini yang telah diamanahkan kepada peneliti tidak akan pernah dilupakan meskipun sudah tidak ada lagi.
12. Teman kosan, Wanda Rizki, Adhitya Pradiyanto, Tondi Lubis, Reno Mardiansyah, Alif Sohiful Jamil, Nicolas Sinaga dan Rakha Maulana Abdilah yang telah menemani peneliti di masa akhir perkuliahan dan telah membuatnya sangat berkesan.
13. Kepada sahabat-sahabat peneliti, Haekal Putra Perdana, Amar Reza Fikri, Muhammad Fanet Paham dan Aldhika Budi Pradana yang selalu mendampingi peneliti dari awal hingga akhir masa perkuliahan, dari hanya sekedar seorang mahasiswa baru berubah menjadi seseorang yang lebih berpikir dewasa.
14. Kepada sobat sesi, Rizky Aulia Rahmah dan Fauzi Hakim yang telah berjuang bersama di akhir-akhir semester untuk menuntaskan perkuliahan dan menemani peneliti pada masa akhir perkuliahan. Terima kasih kepada Fauzi yang telah menenangkan, memberi semangat dan membagi beban peneliti pada seminggu terakhir menuju sidang.
15. Kepada Haekal Putra Perdana yang telah menjadi sahabat pertama peneliti yang berproses dan berevolusi bersama sejak masa ospek hingga sekarang. Terima kasih telah mengingatkan terus untuk menyelesaikan skripsi pada masa peneliti sedang tidak dalam kondisi ingin mengerjakannya.
16. Kepada Alifia Riza Azhari yang telah membantu skripsi peneliti dari praproposal hingga sidang skripsi. Terima kasih telah mau meluangkan waktunya untuk menemani, mau meluangkan tenaganya untuk berdiskusi dan mau meluangkan pikirannya untuk mendengar keluh kesah peneliti selama proses skripsi berlangsung.

17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh peneliti yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih telah membantu menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

8 Juli 2022

A handwritten signature in black ink on a light pink rectangular background. The signature is stylized, starting with a large loop and ending with a horizontal stroke.

Dannis Pradana

**Analisis Determinan *Electronic Word of Mouth* pada *E-commerce*
Shopee Barokah
Dannis Pradana**

ABSTRAK

Salah satu pemicu keberhasilan pada transaksi jual beli yang terjadi pada *e-commerce* saat ini didukung oleh adanya *electronic word of mouth*. Sebuah pendapat kosumen yang terdapat dalam kolom ulasan memberikan pertimbangan bagi konsumen lain dalam memilih produk. Dalam dunia akademisi, terdapat banyak penelitian terdahulu yang membahas tentang *eWOM*, namun sedikit ditemukan penelitian yang membahas tentang bagaimana *eWOM* itu sendiri terbentuk. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi *electronic word of mouth*. Faktor yang digunakan antara lain *sense of belonging*, *altruism* dan *internet usage*. Objek penelitian yang digunakan adalah halal *e-commerce* yakni Shopee Barokah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis OLS *regression* dengan aplikasi SPSS 25. Responden yang digunakan adalah seorang muslim, pernah membeli suatu produk di Shopee Barokah dan pernah menulis ulasan pada salah satu produk di Shopee Barokah. Total responden dalam penelitian ini adalah 130 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sense of belonging*, *altruism* dan *internet usage* berpengaruh signifikan terhadap *electronic word of mouth*. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pengguna maupun penjual di aplikasi Shopee Barokah terkait pentingnya mengkaji lebih mendalam tentang *eWOM*, karena selain untuk saling berbagi informasi tentang suatu produk, hal ini juga membantu menunjang kualitas produk yang dijual menjadi lebih baik.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth, Sense of Belonging, Altruism, Internet Usage*

Determinan of *Electronic word of mouth* on *E-commerce* Shopee

Barokah

Dannis Pradana

ABSTRACT

One of the triggers for the success of buying and selling transactions that occur in e-commerce is currently supported by the existence of electronic word of mouth. A consumer opinion contained in the review column provides consideration for other consumers in choosing a product. In the academic world, there are many previous studies that discuss eWOM, but few studies have been found that discuss how eWOM itself is formed. This study was conducted to determine the factors that affect electronic word of mouth. Factors used include sense of belonging, altruism and internet usage. The object of research used is halal e-commerce, namely Shopee Barokah. This study uses a quantitative method with OLS regression analysis technique with SPSS 25 application. The respondent used is a Muslim, has bought a product at Shopee Barokah and has written a review on a product at Shopee Barokah. The total respondents in this study were 130 respondents. The results showed that sense of belonging, altruism and internet usage had a significant effect on electronic word of mouth. Through this research, it is hoped that it can be used as consideration for users and sellers in the Shopee Barokah application regarding the importance of studying more deeply about eWOM, because in addition to sharing information about a product, this also helps support the quality of the products sold for the better.

Keyword: *Electronic Word of Mouth, Sense of Belonging, Altruism, Internet Usage*

تَحْلِيلُ مُحَدِّدٍ لِلْكَلِمَةِ الْإِلِكْتُرُونِيَّةِ الْمُتَنَاقِلَةِ عَلَى

Shopee Barokah

فِي التِّجَارَةِ الْإِلِكْتُرُونِيَّةِ

دَانِيْسُ بَرَدَانَا

نَبْذَةُ مُخْتَصَرَةٍ

أَحَدُ دَوَافِعِ نَجَاحِ مُعَامَلَاتِ الْبَيْعِ وَالشِّرَاءِ الَّتِي تُحَدِّثُ فِي التِّجَارَةِ الْإِلِكْتُرُونِيَّةِ يُدْعَمُهُ حَالِيًا وَجُودُ الْكَلَامِ الشَّفَهِيِّ الْإِلِكْتُرُونِيِّ. يُوقَّرُ رَأْيُ الْمُسْتَهْلِكِ الْوَارِدِ فِي عُمُودِ الْمُرَاجَعَةِ الْأَعْتِبَارِ لِلْمُسْتَهْلِكِينَ الْآخَرِينَ فِي اخْتِيَارِ الْمُنْتَجِ. فِي الْعَالَمِ الْأَكَادِيمِيِّ، هُنَاكَ الْعَدِيدُ مِنَ الدِّرَاسَاتِ السَّابِقَةِ الَّتِي تُنَاقِشُ **eWOM**، وَلَكِنْ تَمَّ الْعُثُورُ عَلَى الْقَلِيلِ مِنَ الدِّرَاسَاتِ الَّتِي تُنَاقِشُ كَيْفِيَّةَ تَكْوِينِ **eWOM** نَفْسَهَا. أُجْرِيَتْ هَذِهِ الدِّرَاسَةُ لِتَحْدِيدِ الْعَوَامِلِ الَّتِي تُؤَثِّرُ عَلَى الْكَلَامِ الشَّفَهِيِّ الْإِلِكْتُرُونِيِّ. تُشْمِلُ الْعَوَامِلُ الْمُسْتَحْدَمَةُ الشُّعُورَ بِالْإِنْتِمَاءِ وَالْإِيثَارَ وَاسْتِخْدَامَ الْإِنْتِرْنِتِ. مَوْضُوعُ الْبَحْثِ الْمُسْتَحْدَمُ هُوَ التِّجَارَةُ الْإِلِكْتُرُونِيَّةُ الْحَالِيَّةُ، وَبِالتَّحْدِيدِ Shopee Barokah. تَسْتَخْدِمُ هَذِهِ الدِّرَاسَةُ طَرِيقَةَ كَمِّيَّةٍ مَعَ تَقْنِيَّةِ تَحْلِيلِ الْأَنْجَادِ OLS مَعَ تَطْبِيقِ SPSS 25. وَالْمُدْعَى عَلَيْهِ مُسَلِّمٌ، وَقَدْ إِشْتَرَى مُنْتَجًا مِنْ Shopee Barokah وَكَتَبَ مُرَاجَعَةً عَلَى مُنْتَجٍ فِي Shopee Barokah. بَلَغَ مَجْمُوعُ الْمُسْتَجِيبِينَ فِي هَذِهِ الدِّرَاسَةِ 130 مُسْتَجِيبًا. أَظْهَرَتْ النَّتَائِجُ أَنَّ الشُّعُورَ بِالْإِنْتِمَاءِ وَالْإِيثَارَ وَاسْتِخْدَامَ الْإِنْتِرْنِتِ كَانَ لَهَا تَأْثِيرٌ كَبِيرٌ عَلَى الْكَلَامِ الشَّفَهِيِّ الْإِلِكْتُرُونِيِّ.

مِنْ خِلَالِ هَذَا الْبَحْثِ، مِنْ الْمَأْمُولِ أَنْ يُتِمَّ اسْتِخْدَامُهُ كَاعْتِبَارٍ لِلْمُسْتَحْدِمِينَ وَالْبَائِعِينَ فِي تَطْبِيقِ Shopee Barokah فِيمَا يَتَعَلَّقُ بِأَهَمِّيَّةِ الدِّرَاسَةِ بِشَكْلِ أَعْمَقٍ حَوْلَ **eWOM**، لِأَنَّهُ بِالإِضَافَةِ إِلَى مُشَارَكَةِ الْمَعْلُومَاتِ حَوْلَ مُنْتَجٍ مَا، فَهَذَا يُسَاعِدُ أَيْضًا فِي دُعْمِ جُودَةِ الْمُنْتَجَاتِ الْمُبَاعَاةِ بِالْأَفْضَلِ.

الْكَلِمَاتُ الْمِفْتَاحِيَّةُ: الْكَلَامُ الْإِلِكْتُرُونِيُّ، الشُّعُورُ بِالْإِنْتِمَاءِ، الْإِيثَارُ، اسْتِخْدَامُ

الْإِنْتِرْنِتِ

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin ini berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya

No.	Arab	Latin	Keterangan
1	ا	-	Tidak dilambangkan
2	ب	b	-
3	ت	t	-
4	ث	ṡ	s (dengan titik di atasnya)
5	ج	j	-
6	ح	ḥ	h (dengan titik di bawahnya)
7	خ	kh	-
8	د	d	-
9	ذ	z	z (dengan titik di atasnya)
10	ر	r	-
11	ز	z	-
12	س	s	-
13	ش	sy	-
14	ص	ṣ	s (dengan titik di bawahnya)
15	ض	ḍ	d (dengan titik di bawahnya)

No.	Arab	Latin	Keterangan
16	ط	ṭ	t (dengan titik di bawahnya)
17	ظ	ẓ	z (dengan titik di bawahnya)
18	ع	ʿ	koma terbalik terletak di atas
19	غ	g	-
20	ف	f	-
21	ق	q	-
22	ك	k	-
23	ل	l	-
24	م	m	-
25	ن	n	-
26	و	w	-
27	ه/هـ	h	-
28	ء	ʾ	Apostrof
29	ي	y	-

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu;

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
يَ	Fathah dan ya	Ai	A dan I
وَ	Fathah dan wau	Au	A dan U

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ ... اِ ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	ā	a dan garis di atas
اِ ...	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	ī	i dan garis di atas
اُ ...	<i>dammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

4. Ta marbu>t}ah

Transliterasi untuk *ta marbu>t}ah* ada dua, yaitu *ta marbu>t}ah* yang hidup atau mendapat harakat *fath}ah*, *kasrah*, dan *d}ammah*, transliterasinya adalah (t). Sedangkan *ta marbu>t}ah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h), contoh جماعة ditulis *jamā'ah*, kecuali untuk kata-kata arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia seperti Shalat, Zakat, dan sebagainya.

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbu>t}ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbu>t}ah* itu ditransliterasikan dengan (h).

5. *Syaddah (Tasydi>d)*

Syaddah atau *tasydi>d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydi>d* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Jika huruf ى bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i>)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-)

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi *apostrof* (') hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'a>n*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh

9. *Lafz} al-Jala>lah (الله)*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mud}a>f ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*. Adapun *ta marbu>t}ah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz} al-jala>lah*, ditransliterasi dengan huruf [t]

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku.

DAFTAR ISI

TITLE PAGE	ii
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
DAFTAR SINGKATAN	xx
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Kesenjangan Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Ringkasan Metode Penelitian	6
1.5 Ringkasan Hasil Penelitian.....	6
1.6 Kontribusi Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	 9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Word of Mouth</i>	9
2.1.2 <i>Conventional Electronic Word of Mouth</i>	9
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	10
2.1.4 <i>Sense of belonging</i>	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2.1 Farzin dan Fattahi (2018)	14
2.2.2 Mishra (2018)	15
2.2.3 Reimer dan Benkenstein (2016)	15
2.3 Hipotesis	16
2.3.1 Hubungan <i>Sense of belonging</i> dengan eWOM.....	16
2.3.2 Hubungan <i>Altruism</i> dengan eWOM	17
2.3.3 Hubungan <i>Internet usage</i> dengan eWOM.....	17
 BAB 3 METODE PENELITIAN.....	 19
3.1 Pendekatan Penelitian.....	19
3.2 Metode Empiris	19
3.3 Definisi Operasional Variabel	19
3.3.1 <i>Sense of belonging</i>	20

3.3.2	<i>Altruism</i>	20
3.3.3	<i>Internet Usage</i>	21
3.3.4	<i>Electronic word of mouth</i>	21
3.4	Jenis dan Sumber Data	22
3.5	Teknik Analisis.....	23
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		24
4.1	Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian.....	24
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	26
4.2.1	Screening Question.....	26
4.2.2	Karakter Responden	27
4.2.3	Deskripsi Jawaban Responden	29
4.3	Analisis Data Penelitian	34
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	34
4.3.1.1	Uji Normalitas	34
4.3.1.2	Uji Multikolinearitas	35
4.3.1.3	Uji Heteroskedastisitas	36
4.3.1.4	Uji Autokorelasi	37
4.3.2	Persamaan Regresi.....	37
4.3.3	Uji Hipotesis.....	38
4.4	Interpretasi Hasil dan Pembahasan.....	40
4.4.1	Hipotesis 1: <i>Sense of belonging</i> memiliki pengaruh terhadap <i>Electronic word of mouth</i>	40
4.4.2	Hipotesis 2: <i>Altruism</i> memiliki pengaruh terhadap <i>Electronic word of mouth</i>	41
4.4.3	Hipotesis 3: <i>Internet Usage</i> memiliki pengaruh terhadap <i>Electronic word of mouth</i>	42
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....		44
5.1	Kesimpulan.....	44
5.2	Saran	44
5.3	Keterbatasan	45
DAFTAR PUSTAKA.....		46
LAMPIRAN.....		51

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Deskriptif Profil Responden.....	26
Tabel 4.2 Deskriptif Profil Responden.....	26
Tabel 4.3 Deskriptif Profil Responden.....	27
Tabel 4.4 Deskriptif Profil Responden.....	27
Tabel 4.5 Deskriptif Profil Responden.....	28
Tabel 4.6 Deskriptif Profil Responden.....	28
Tabel 4.7 Kategori Interval Responden	29
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Sense of belonging.....	30
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Altruism	31
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Internet Usage.....	32
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Electronic Word of Mouth.....	33
Tabel 4.12 Uji Kolmogorov Smirnov	34
Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas.....	35
Tabel 4.14 Uji Heteroskedasitas dengan uji glejser	36
Tabel 4.15 Uji Autokorelasi (Run Test).....	37
Tabel 4.16 Tabel Persamaan Regresi	37
Tabel 4.17 Uji Anova (Uji F).....	38
Tabel 4.18 Tabel Uji t	39
Tabel 4.19 Uji Koefisien Determinasi	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Penggunaan Internet di Indonesia	13
Gambar 3.1 Model Empiris.....	19
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	24
Gambar 4.2 Data Perbandingan E-commerce di Indonesia	24
Gambar 4.3 Logo Shopee Barokah	25
Gambar 4.4 P Plot Normalitas Data.....	35
Gambar 4.5 <i>Scatterplot</i>	36

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	51
LAMPIRAN 2	59

DAFTAR SINGKATAN

EWOM	Electronic Word Of Mouth
SOB	Sense Of Belonging
ALT	Altruism
IUS	Internet Usage
GMV	Gross Merchandise Value
OLS	Ordinary Least Squares