

**PENGARUH KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA HUBUNGAN *ELECTRONIC WORD OF
MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah
dan Ekonomi Islam**



Oleh:

NURMUJAHID TAUFIQ

1808204092

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI
CIREBON
TAHUN 2022**

ABSTRAK

Nurmujahid Taufiq, NIM: 1808204092, “PENGARUH KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA HUBUNGAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”, 2022.

Pengambilan keputusan pembelian mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, dalam penelitian ini faktor yang diduga mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam penggunaan aplikasi Shopee adalah *Electronic word of mouth* dan Kepercayaan. Masalah dalam penelitian ini yaitu tingginya minat berbelanja online pada mahasiswa. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam penggunaan aplikasi Shopee serta untuk mengetahui bahwa kepercayaan memediasi hubungan *Electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian.

Subjek pada penelitian ini yaitu mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Populasi pada penelitian ini sebanyak 650 mahasiswa. Sampel dalam penelitian kali ini sebanyak 87 mahasiswa dihitung dengan rumus slovin dengan teknik purposive sampling. Metode analisis data pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan path analysis menggunakan SPSS Versi 22.

Hasil penelitian ini yaitu secara parsial bahwa *Electronic word of mouth* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap Kepercayaan, kemudian *Electronic word of mouth* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, dan Kepercayaan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Secara simultan *Electronic word of mouth* memiliki pengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian yang dimediasi oleh Kepercayaan.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth*, Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Shopee.

ABSTRACT

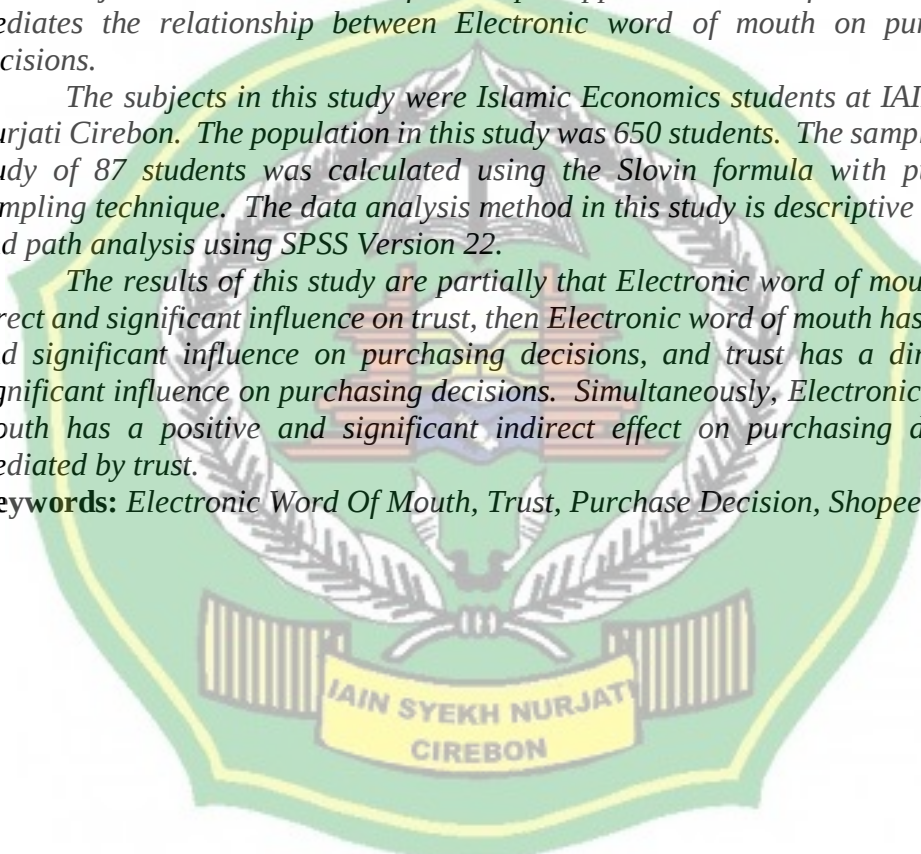
Nurmujahid Taufiq, NIM: 1808204092, *“THE EFFECT OF TRUST AS A MEDIATION VARIABLE ON THE ELECTRONIC WORD OF MOUTH RELATIONSHIP ON PURCHASE DECISIONS”*, 2022.

Purchasing decisions for Islamic Economics students at IAIN Syekh Nurjati Cirebon can be influenced by several factors, in this study the factors that are thought to influence purchasing decisions for Islamic Economics students at IAIN Syekh Nurjati Cirebon in using the Shopee application are Electronic word of mouth and Trust. The problem in this study is the high interest in online shopping among students. The purpose of this study was to determine the effect of Electronic word of mouth on the purchasing decisions of Islamic Economics students at IAIN Syekh Nurjati Cirebon in the use of the Shopee application and to find out that trust mediates the relationship between Electronic word of mouth on purchasing decisions.

The subjects in this study were Islamic Economics students at IAIN Syekh Nurjati Cirebon. The population in this study was 650 students. The sample in this study of 87 students was calculated using the Slovin formula with purposive sampling technique. The data analysis method in this study is descriptive analysis and path analysis using SPSS Version 22.

The results of this study are partially that Electronic word of mouth has a direct and significant influence on trust, then Electronic word of mouth has a direct and significant influence on purchasing decisions, and trust has a direct and significant influence on purchasing decisions. Simultaneously, Electronic word of mouth has a positive and significant indirect effect on purchasing decisions mediated by trust.

Keywords: *Electronic Word Of Mouth, Trust, Purchase Decision, Shopee.*



نبذة مختصرة

نور مجاهد توفيق ، نيم: 1808204092 ، "تأثير الثقة كوسيلة متغيرة على الكلمة الإلكترونية لعلاقة الفم بشأن قرارات الشراء" ، 2022.

يمكن أن تتأثر قرارات الشراء لطلاب الاقتصاد الإسلامي في IAIN Syekh Nurjati Cirebon بعدة عوامل ، في هذه الدراسة العوامل التي يعتقد أنها تؤثر على قرارات الشراء لطلاب الاقتصاد الإسلامي في IAIN Syekh Nurjati Cirebon في استخدام تطبيق Shopee هي الكلمات الإلكترونية الشفوية و ثقة. تكمن المشكلة في هذه الدراسة في الاهتمام الكبير بالتسوق عبر الإنترنت بين الطلاب. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير الكلام الشفهي الإلكتروني على قرارات الشراء لطلاب الاقتصاد الإسلامي في معهد IAIN Syekh Nurjati Cirebon الشيخ نورجاتي سيريبيون في استخدام تطبيق Shopee ومعرفة أن الثقة تتوسط العلاقة بين الكلام الشفهي الإلكتروني على قرارات الشراء.

كان موضوع هذه الدراسة طلاب الاقتصاد الإسلامي في IAIN Syekh Nurjati Cirebon. كان عدد السكان في هذه الدراسة 650 طالبًا. كانت العينة في هذه الدراسة 87 طالبا محسوبة بالصيغة slovin بتقنية أخذ العينات الهادفة. طريقة تحليل البيانات في هذه الدراسة هي التحليل الوصفي وتحليل المسار باستخدام SPSS الإصدار 22.

نتائج هذا البحث جزئيًا أن للكلمات الإلكترونية الشفوية تأثير مباشر وهام على الثقة ، وبالتالي فإن الكلام الشفهي الإلكتروني له تأثير مباشر وهام على قرارات الشراء ، ولثقة تأثير مباشر وهام على قرارات الشراء. في الوقت نفسه ، للكلمات الإلكترونية الشفوية تأثير إيجابي وهام غير مباشر على قرارات الشراء بواسطة الثقة.

الكلمات الدالة: كلام إلكتروني شفهي ، ثقة ، قرار شراء , Shopee



PERSETUJUAN PEMBIMBING
SKRIPSI
PENGARUH KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA
HUBUNGAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI)
Oleh:

Nurmujihid Taufiq
NIM: 1808204092

Pembimbing:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Layman, SE., M.Si
NIP. 19721007 201101 1 002

Ila Navilah, S.Sos., ME.Sv
NIP. 19860223 201710 4 001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,

Dr. Layman, SE., M.Si
NIP. 19721007 201101 1 002

NOTA DINAS

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Nurmujahid Taufiq, NIM: 1808204092 dengan judul "PENGARUH KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA HUBUNGAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN". Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut diatas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing I, Mengetahui: Pembimbing II,


Dr. Lavaman, SE., M.Si
NIP. 19721007 201101 1 002


Ila Navilah, S.Sos., ME.Sy
NIP. 19860223 201710 4 001

Mengetahui:
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Dr. Lavaman, SE., M.Si
NIP. 19721007 201101 1 002

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: "PENGARUH KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA HUBUNGAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN", oleh Nurmujahid Taufiq, NIM: 1808204092, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah (ES) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.



PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nurmujahid Taufiq

NIM : 1808204092

Tempat Tanggal Lahir: Cirebon, 29 Januari 2000

Alamat : Ds. Kedungsana Blok. Sampurna RT.02 RW.03 Kec.
Plumbon Kab. Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: "PENGARUH KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA HUBUNGAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN" ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 15 Mei 2022

Saya yang menyatakan



METERA
TEMBEL
6C531AJX734063429

Nurmujahid Taufiq

NIM: 1808204092

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON

KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat saya sayangi yaitu kedua orang tua, keluarga saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan. Karya ini sebagai tanda bakti dan rasa terimakasih yang tak terhingga untuk segala do'a dan kasih sayang yang tak terbalas. Semoga karya ini menjadi suatu hal yang membanggakan untuk Papah dan Mamah tersayang.

Tak lupa saya ucapkan terimakasih kepada seluruh orang yang membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini, terimakasih atas suntikan semangat, perhatian dan lain sebagainya. Kemudian, kepada teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan pertama, dan umumnya semua mahasiswa Ekonomi Syariah yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, atas kerjasamanya, canda dan tawanya, cerita dan kisah, serta bahagia dan bersyukur dapat dipertemukan dengan orang-orang baik seperti kalian. Mungkin kata terimakasih sangat sederhana, namun tidak dengan maknanya.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Nurmujaahid Taufiq yang dilahirkan di Cirebon, 29 Januari 2000. Penulis adalah anak pertama dari pasangan Bapak Ade Sarila dan Ibu Siti Maemunah. Alamat tinggal penulis di Desa Kedungsana Blok Sampurna RT.02 RW.03 Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon. Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh penulis adalah:

1. TK Tunas Bhakti (2004-2006)
2. SD Negeri 1 Kedungsana (2006-2012)
3. SMP Negeri 1 Plumbon (2012-2015)
4. SMA Negeri 1 Plumbon (2015-2018)

Pengalaman organisasi yang pernah diikuti adalah:

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah (HIMAJES)
2. Senat Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (SEMA FSEI)

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul Skripsi: **“PENGARUH KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA HUBUNGAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”** dibawah bimbingan Bapak Dr. Layaman, SE., M.Si. dan Ibu Ila Navilah S.Sos., ME.Sy.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Hubungan *Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*” ini dapat diselesaikan. Berbelanja *online* adalah suatu kegiatan yang sekarang sedang menjamur, dan tidak memandang kalangan manapun terutama mahasiswa, dengan berbagai kemudahan yang diberikan aplikasi-aplikasi berbelanja *online* itu sangat memanjakan para calon *customer*.

Dalam hal ini, diperlukanya suatu penelitian untuk mengkaji dasar pertimbangan mahasiswa dalam pengambilan keputusan pembelian pada penggunaan aplikasi Shopee. Seringkali ditemukan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa yaitu *Electronic word of mouth* dan kepercayaan.

Laporan hasil penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat do’a, dukungan dan kerjasama dari beberapa pihak. Untuk itu saya mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak. Diantaranya sebagai berikut:

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag. selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
3. Bapak Dr. Layaman, SE.,M.Si. dan Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc, M.Ag. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah
4. Seluruh Dosen yang mengajar di Jurusan Ekonomi Syariah, terimakasih atas semua ilmu dan bimbinganya selama bergelut di dunia kampus kepada penulis.
5. Bapak Dr. Layaman, SE.,M.Si dan Ibu Ila Navilah S.Sos.,ME.Sy selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang bermakna bagi penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Staff Jurusan Ekonomi Syariah, yang telah membantu dan melayani penulis dalam hal administrasi dikampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
7. Papah Ade Sarila, Mamah Siti Maemunah dan Dede Agustian Ar-Riziq serta semua keluarga yang telah memberikan do’a, dukungan, kasih sayang, dan perhatian dimana akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Yesi Fibriani yang senantiasa mendo’akan, mendukung, menghibur, menjadi pendengar yang baik atas keluh dan kesah dan menemani dalam menghadapi dunia perskripsian ini, terimakasih.
9. Sahabat-sahabatku yang telah menjadi tempat *refreshing* ketika sedang mengalami kebuntuan saat proses penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh kawan-kawanku baik kawan rumah, penghuni grup Podkes Ahakk, penghuni grup Batur Dolan, penghuni grup Berteman Sukma, penghuni grup Wisuda Oktober 2022, kawan-kawan mahasiswa Ekonomi Syariah yang telah membantu mengisi kuesioner penelitian ini, kawan-kawan SEMA FSEI 2021, dan kawan-kawan HIMAJES terimakasih atas doa dan kerjasamanya.

11. Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah memberikan sarana dan prasarana guna menunjang penelitian kali ini.

12. Milarie Coffee yang telah menjadi tempat berteduh yang nyaman, fasilitas yang baik untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang belum disebutkan, penulis ucapkan terimakasih dan semoga tindak baiknya diterima dan mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT, Aamiin. Penulis bertanggung jawab secara akademik atas penulisan skripsi yang telah diteliti oleh penulis.

Cirebon, 16 Mei 2022

Penyusun,
Nurmujahid Taufiq



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
نبذة مختصرة	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
NOTA DINAS.....	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
KATA PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Permasalahan	5
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Teori dan Konsep	9
1. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	9
2. Kepercayaan.....	10
3. Keputusan Pembelian.....	12
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	26

A.	Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	26
1.	Jenis Penelitian.....	26
2.	Sumber Data.....	26
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian	26
C.	Teknik Pengumpulan Data.....	26
D.	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	27
1.	Populasi.....	27
2.	Sampel.....	28
3.	Teknik Sampling.....	28
E.	Definisi Operasional Data.....	29
1.	<i>Electronic Word Of Mouth (X)</i>	29
2.	Kepercayaan (M)	30
3.	Keputusan pembelian (Y)	32
F.	Teknik Analisis Data.....	34
1.	Uji Intrumem Penelitian.....	34
a.	Uji Validitas (<i>test of validity</i>).....	34
b.	Uji Reliabilitas (<i>test of reliability</i>).....	34
2.	Uji Asumsi Klasik.....	35
a.	Uji Normalitas.....	35
b.	Uji Multikolinearitas.....	35
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	36
4.	Pengujian Hipotesis	37
a.	Uji t (Parsial).....	37
b.	Uji F (Simultan)	37
c.	Koefisien Determinasi (R^2).....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		39
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	39
1.	Profil Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.....	39
2.	Profil Marketplace Shopee.....	40
B.	Deskripsi Identitas Responden.....	42
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	43
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menggunakan Aplikasi Shopee	44
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Terakhir Mengakses Aplikasi Shopee.....	45
6. Karakteristik Berdasarkan Transaksi di Aplikasi Shopee.....	45
C. Gambaran Jawaban Responden	46
1. <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X).....	46
2. Kepercayaan (M)	48
3. Keputusan Pembelian (Y).....	49
D. Analisa Data	51
1. Uji Instrumen	51
a. Hasil Uji Validitas.....	51
b. Hasil Uji Reliabilitas.....	52
2. Uji Asumsi Klasik.....	53
a. Uji Normalitas.....	53
b. Uji Multikolinearitas.....	57
c. Uji Heteroskedastisitas.....	59
3. Path Analysis (Analisis Jalur).....	61
a. Regresi Model I.....	62
b. Regresi Model II	63
4. Hasil Uji Hipotesis.....	67
a. Uji T (Parsial)	67
b. Uji F (Simultan).....	69
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72
5. Pembahasan.....	73
a. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	73
b. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Kepercayaan	74
c. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	75
d. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi.....	76
BAB V PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	27
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	44
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menggunakan Aplikasi Shopee	44
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Terakhir Mengakses Aplikasi Shopee.....	45
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi diaplikasi Shopee ...	46
Tabel 4. 7 Gambaran Jawaban Responden Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X)	46
Tabel 4. 8 Gambaran Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (M).....	48
Tabel 4. 9 Gambaran Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) ..	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X)	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (M)	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X,M, dan Y	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X) Terhadap Kepercayaan (M)	54
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan Kepercayaan (M) sebagai Variabel Mediasi	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X) Terhadap Kepercayaan (M)	58
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolineritas Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan Kepercayaan (M) Variabel Mediasi	59
Tabel 4. 18 <i>Coefficients</i> Hasil Uji Regresi Model I	62
Tabel 4. 19 Model Summary Hasil Uji Regresi Model I	62
Tabel 4. 20 <i>Coefficients</i> Hasil Uji Regresi Model II	63
Tabel 4. 21 Model Summary Hasil Uji Regresi Model II.....	64
Tabel 4. 22 Hasil Uji F Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X) Terhadap Kepercayaan (M)	70
Tabel 4. 23 Hasil Uji F Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan Kepercayaan (M) Sebagai Mediasi	71
Tabel 4. 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Kepercayaan.....	72
Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Kpeutusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4. 1 Tampilan Aplikasi Shopee Indonesia.....	41
Gambar 4. 2 Tampilan Fitur Promosi Shopee Indonesia	41
Gambar 4. 3 Tampilan Toko Shopee Indonesia.....	42
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas Grafik Variabel Electronic Word Of Mouth (X) Terhadap Kepercayaan (M).....	55
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas Variabel Electronic Word Of Mouth (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan Kepercayaan (M) Variabel Mediasi	57
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Electronic Word Of Mouth (X) Terhadap Kepercayaan (M).....	60
Gambar 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Electronic Word Of Mouth (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan Kepercayaan (M) Variabel Mediasi	61
Gambar 4. 8 Diagram Jalur Model I	63
Gambar 4. 9 Diagram Jalur Model II	65
Gambar 4. 10 Hasil Uji Path Analysis	67



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel X,M dan Y
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Heterokedastisitas
- Lampiran 8 Hasil Regresi Model I dan II (*Path Analyst*)
- Lampiran 9 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)
- Lampiran 10 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)
- Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- Lampiran 12 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 13 SK Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
- Lampiran 14 Kartu Bimbingan Skripsi



PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

Fonema konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini disajikan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	Ś	Es(dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha(dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	Zet (dengan titikdidas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	Ş	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ş a	Ş	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	De(dengan titik dibawah)
ط	ṭa	ṭ	Te(dengan titik dibawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
آ	fathah dan alif /ya	ā	a dan garis atas
إ	fathah dan ya	ī	i dan garis atas
ؤ	dammah dan wau	ū	u dan garis atas

4. Ta Marbutah

a. Ta Marbutah Hidup

Ta Marbutah yang hidup atau mendapat *harakat fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta Marbutah Mati

Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu di transliterasikan dengan /h/.

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda *sayaddah* atau *tasydid*, dalam

transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddah* itu.

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan ١. Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Huruf-huruf *syamsiah* ada empat belas, yaitu :

1.	ت	T	8.	ش	Sy
2.	ث	Ṣ	9.	ص	ṣ
3.	د	D	10.	ض	ḍ
4.	ذ	Z	11.	ط	ṭ
5.	ر	R	12.	ظ	ẓ
6.	ز	Z	13.	ل	L
7.	س	S	14.	ن	N

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai juga dengan bunyinya. Huruf-huruf *qamariah* ada empat belas, yaitu :

1.	ا	a, i, u	8.	ف	F
2.	ب	B	9.	ق	Q
3.	ج	J	10.	ك	K

4.	ح	h	11.	م	M
5.	خ	Kh	12.	و	W
6.	ع	—'	13.	ه	H
7.	غ	G	14.	ي	Y

7. *Hamzah*

Hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak ditengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata, *hamzah* tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fill* (kata kerja), *isim* (katabenda), dan *haraf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

9. Penulisan Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti berlaku dalam Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan, antara lain huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal nama diri dan penulisan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

10. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*. Untuk maksud ini pada Musyarakah Kerja Ulama Al-Quran tahun 1987/1988 dan tahun 1988/1989 telah

dirumuskan konsep Pedoman praktis *tajwid* Al- Quran ini sebagai pelengkap Transliterasi Arab-Latin

