

PENGARUH REPUTASI, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *WEB QUALITY* TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN SHOPEE DI KOTA SUNGAI PENUH

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Di susunoleh :
PEBRIAN
NPM : 1910061201057

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2023**

PENGARUH REPUTASI, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN *WEB QUALITY* TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN SHOPEE DI KOTA SUNGAI PENUH

PEBRIAN

Pembimbing: Melifia Liantifa, S.P.,M.Si

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1. Untuk mengetahui pengaruh Reputasi terhadap Keperayaan Pelanggan Shopee di Kota Sungai Penuh dan besarnya pengaruh tersebut secara parsial. 2. Untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keperayaan Pelanggan Shopee di Kota Sungai dan besarnya pengaruh tersebut secara parsial. 3. Untuk mengetahui pengaruh *Web Quality* terhadap Keperayaan Pelanggan Shopee di Kota Sungai dan besarnya pengaruh tersebut secara parsial. 4. Untuk mengetahui pengaruh Reputasi, *Electronic Word Of Mouth*, dan *Web Quality* terhadap Keperayaan Pelanggan Shopee di Kota Sungai dan besarnya pengaruh tersebut secara simultan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil Penelitian yaitu: 1. Secara Parsial tidak terdapat pengaruh antara Reputasi terhadap Keperayaan Pelanggan Shopee di Kota Sungai Penuh yang dibuktikan dengan nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel ($-0,985 < 1,003$), dan besar pengaruhnya adalah sebesar 0,09%. 2. Secara Parsial tidak terdapat pengaruh antara *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keperayaan Pelanggan Shopee di Kota Sungai Penuh yang dibuktikan dengan nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($3,538 > 1,003$), dan besar pengaruhnya adalah sebesar 21,95%. 3. Secara Parsial terdapat pengaruh antara *Web Quality* terhadap Keperayaan Pelanggan Shopee di Kota Sungai Penuh yang dibuktikan dengan nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($1,692 > 1,003$), dan besar pengaruhnya adalah sebesar 07,33%. 4. Secara simultan terdapat pengaruh antara Reputasi, *Electronic Word Of Mouth*, dan *Web Quality* Fisik terhadap Keperayaan Pelanggan Shopee di Kota Sungai Penuh yang dibuktikan dengan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ($7,380 > 2,77$), dan besar pengaruhnya adalah sebesar 28,3%

Kata Kunci : Reputasi, *Electronic Word Of Mouth*, *Web Quality*, Kepercayaan Pelanggan

**THE INFLUENCE OF MOTIVATION, COMPENSATION, AND NON-PHYSICAL
WORK ENVIRONMENT ON THE WORK SPIRIT OF EMPLOYEES IN THE CITY OF
SUNGAI PENUH**

PEBRIAN

Advisor : Melifia Liantifa, S.P.,M.Si

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRACT

This study aims to : 1. To determine the effect of Reputation on Shopee Customer Trust in Sungaipuh City and the magnitude of this influence partially. 2. To determine the effect of Electronic Word Of Mouth on Shopee Customer Trust in Sungai City and the magnitude of this influence partially. 3. To determine the effect of Web Quality on Shopee Customer Trust in Sungai City and the magnitude of this influence partially. 4. To determine the effect of Reputation, Electronic Word Of Mouth, and Web Quality on the Trust of Shopee Customers in Sungai City and the magnitude of this influence simultaneously. The research methodology use in descriptive qualitative and quantitative descriptive approaches. The results of the study are: 1. Partially there is no effect between Reputation on the Trust of Shopee Customers in Sungai Full City as evidenced by the tcount value which is smaller than the ttable value ($-0.985 < 1.003$), and the magnitude of the effect is 0,09%. 2. Partially, there is no effect between Electronic Word of Mouth on Shopee Customer Trust in Sungai Full City as evidenced by the tcount value being greater than the ttable value ($3,538 > 1.003$), and the magnitude of the effect is 21,95%. 3. Partially, there is an influence between Web Quality on Shopee Customer Trust in Sungaipuh City as evidenced by the tcount value being greater than the ttable value ($1,692 > 1.003$), and the magnitude of the effect is 07,33%. 4. Simultaneously there is an influence between Reputation, Electronic Word Of Mouth, and Physical Web Quality on the Trust of Shopee Customers in Sungai Full City as evidenced by the Fcount value greater than Ftable ($7.380 > 2.77$), and the magnitude of the effect is 28.3%

Keywords: Reputation, Electronic Word Of Mouth, Web Quality, Customer Trust