

Abstrak

Penelitian ini merupakan studi kasus pada konsumen Tokopedia di Banyumas. Penelitian ini mengambil judul: “Pengaruh *Website Quality*, e-WOM, dan *e-Coupon* terhadap Keputusan Pembelian dengan Gender sebagai Variabel Moderasi (Studi pada konsumen Tokopedia di Banyumas)”. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui serta menemukan bukti empiris pengaruh *website quality*, e-WOM, dan *e-Coupon* terhadap keputusan pembelian dengan gender sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini yaitu responden yang pernah membeli di Tokopedia dan berdomisili di Banyumas. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Penentuan sampel menggunakan metode *convenience sampling*. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menggunakan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa: (1) *Website Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) e-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (3) *e-Coupon* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (4) Gender memoderasi secara signifikan pengaruh *Website Quality* terhadap Keputusan Pembelian. (5) Gender tidak memoderasi pengaruh e-WOM terhadap Keputusan Pembelian (6) Gender tidak memoderasi pengaruh *e-Coupon* terhadap Keputusan Pembelian.

Implikasi dari kesimpulan di atas, pihak manajemen Tokopedia perlu memprioritaskan kebijakan yang terkait dengan *website quality*, e-WOM dan *e-coupon*. Cara yang dapat dilakukan diantaranya adalah dengan membuat dan mengatur desain *website* yang praktis dengan tampilan yang menarik, menyediakan forum diskusi dan interaksi bagi para pengguna maupun pelanggan dalam *website* resmi Tokopedia agar keluhan konsumen dapat diverifikasi oleh pihak manajemen maupun oleh para pelanggan yang loyal terhadap Tokopedia serta menerapkan kebijakan *e-coupon* yang lebih efektif demi memperkuat merek Tokopedia dalam pikiran konsumen.

Kata Kunci : *Website Quality*, e-WOM, *e-Coupon*, Gender, Keputusan Pembelian

Abstract

This research is a case study on Tokopedia consumers in Banyumas. This study took the title: "Effect of Website Quality, e-WOM, and e-Coupon on Gender Purchase Decisions as Moderating Variables (Study on Tokopedia consumers in Banyumas)". The purpose of this study was to find out and find empirical evidence of the effect of website quality, e-WOM, and e-Coupon on purchasing decisions with gender as a moderating variable. The population in this study were respondents who had bought on Tokopedia and lived in Banyumas. The sample in this study were 120 respondents. Determination of samples using convenience sampling method. Based on the results of research and data analysis using multiple regression analysis shows that: (1) Website Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. (2) e-WOM has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. (3) e-Coupon has a positive and significant effect on the Purchase Decision. (4) Gender significantly moderates the influence of Website Quality on Purchasing Decisions. (5) Gender does not moderate the influence of e-WOM on Purchasing Decisions. (6) Gender does not moderate the influence of e-Coupon on Purchase Decisions.

The implication of the conclusion above, Tokopedia management needs to prioritize policies related to website quality, e-WOM and e-coupon. The ways that can be done include creating and managing a practical website design with an attractive appearance, providing a discussion and interaction forum for users and customers on the Tokopedia official website so that consumer complaints can be verified by management and by customers loyal to Tokopedia and implementing a more effective e-coupon policy to strengthen the Tokopedia brand in the minds of consumers.

Keywords: *Website Quality*, e-WOM, *e-Coupon*, Gender, Purchase Decision