

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
PADA MEDIA SOSIAL TWITTER
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE**

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Alvin Kusuma

190324799

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

Skripsi
PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
PADA MEDIA SOSIAL TWITTER
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE



Disusun Oleh:

Alvin Kusuma

190324799

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Yogyakarta, 10 Mei 2023

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI
PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA MEDIA SOSIAL TWITTER
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

ALVIN KUSUMA

NPM: 190324799

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 19 Juni 2023

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si.



Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, 27.6.2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.


FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA


PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
PADA MEDIA SOSIAL TWITTER
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE**

betul-betul merupakan karya sendiri. Ide, gagasan, dan kutipan yang ada pada penelitian ini yang bersumber dari orang lain tertulis pada bagian daftar Pustaka. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan plagiasi pada skripsi ini, maka gelar dan ijazah saya yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 Mei 2023



Alvin Kusuma

KATA PENGANTAR

Om Swastiastu, Puji dan syukur bagi Allah Tritunggal Maha Besar atas berkat dan kasih-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul dari penelitian ini ialah “PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE”.

Skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Oleh sebab itu dengan tersusunnya skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Tritunggal, yang memberikan penyertaan-Nya dan selalu menghibur melalui Roh Kudus selama pengerjaan skripsi
2. Bapak Budi Suprpto, Drs., MBA., Ph.D., sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
3. Orang tua yang tetap bersemangat membiayai kuliah penulis yang mahal.
4. Kakak (Agustine Loryna dan William, Imron) adik (Nigel Kuswandy), Ipar (I Gusti Bagus Wahyu Alit Palguna Putra), Keponakan (I Gusti Gamyra Antaredja Putra) yang telah membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis sehingga akhirnya berganti judul setelah menerima pencerahan.
5. *Support system* penulis, Laurentia Liany Vilkanora yang selalu sabar membimbing, mengajak mengerjakan skripsi serta memarahi saat penulis malas mengerjakannya sehingga pada akhirnya perpustakaan kampus 4 yang mengubah segalanya.

6. Teman penulis, Yuda dan Michael yang selalu menanyakan kabar skripsi sehingga akhirnya penulis tergerak untuk mengerjakannya.
7. Teman-teman KKN kelompok 82 yang telah mengajari penulis akan pentingnya konsistensi dan selalu memotivasi penulis untuk melakukan sesuatu
8. Grup Line Manajemen, FBE dan lain-lain yang *spam* kuesioner terima kasih telah menggerakkan hati saya untuk segera memulai bab 1.
9. Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner di saat libur lebaran.

Akhir kata, penulis berharap agar penulisan skripsi ini bermanfaat, baik bagi penulis, peneliti selanjutnya maupun yang membutuhkan. Terima kasih, Tuhan memberkati. Om Santi Santi Santi.

Yogyakarta, 10 Mei 2023

Penulis



Alvin Kusuma

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

You forget a thousand things everyday, how about you make sure this is one of them?

-Michael de Santa

Empty your mind. Be formless, shapeless like water. You put water into a cup, it becomes the cup, you put water into a bottle, it becomes the bottle, you put it into a teapot, it becomes the teapot. Now water can flow or it can crash

Be water, my friend

-Bruce Lee

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Tuhan Yang Maha Besar

Orang Tua dan Keluarga

Teman Penulis

Diri sendiri

Support system penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.1.1. Word of Mouth	7
2.1.2. Electronic Word of Mouth.....	9
2.1.3. Minat beli.....	12
2.1.4. Keputusan pembelian.....	13
2.1.5. Keterkaitan eWOM dengan Keputusan Pembelian	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Kerangka Berpikir	26
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Lokasi, Objek, dan Subjek Penelitian.....	28
3.2. Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1. Populasi.....	29

3.2.2. Sampel	29
3.3. Data dan Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1. Data Primer	30
3.3.2. Data Sekunder	30
3.4. Definisi Operasional Variabel	31
3.5. Skala Pengukuran Variabel	34
3.6. Uji Instrumen	34
3.6.1. Uji Validitas	34
3.6.2. Uji Reliabilitas	35
3.7. Teknik Analisis Data	35
3.7.1. Uji Regresi Linier Sederhana dan Pengujian Hipotesis	35
3.8. Statistik Deskriptif	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Analisis Data	38
4.1.1. Uji Validitas	38
4.1.2. Uji Reliabilitas	40
4.1.3. Karakteristik Responden	41
4.1.4. Statistik Deskriptif	44
4.1.5. Uji Regresi Linier Sederhana dan Pengujian Hipotesis serta Uji Koefisien Determinasi	58
4.2.1. Pengaruh Electronic Word of Mouth pada Media Sosial Twitter terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue	60
BAB V PENUTUP	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Keterbatasan Penelitian	62
5.3. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Ringkasan Jurnal Terdahulu.....	20
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.2. Skala Pengukuran Variabel	34
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Variabel X	39
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Y	39
Tabel 4.3. Uji Statistik Deskriptif X1	44
Tabel 4.4. Uji Statistik Deskriptif X2	45
Tabel 4.5. Uji Statistik Deskriptif X3	46
Tabel 4.6. Uji Statistik Deskriptif X4	47
Tabel 4.7. Uji Statistik Deskriptif X5	48
Tabel 4.8. Uji Statistik Deskriptif X6	49
Tabel 4.9. Uji Statistik Deskriptif Y1	50
Tabel 4.10. Uji Statistik Deskriptif Y2	51
Tabel 4.11. Uji Statistik Deskriptif Y3	52
Tabel 4.12. Uji Statistik Deskriptif Y4	53
Tabel 4.13. Uji Statistik Deskriptif Y5	54
Tabel 4.14. Uji Statistik Deskriptif Y6	55
Tabel 4.15. Uji Statistik Deskriptif Y7	56
Tabel 4.16. Uji Statistik Deskriptif Y8	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Twitter di Dunia.....	4
Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	14
Gambar 4.1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	40
Gambar 4.2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	41
Gambar 4.3. Usia Responden.....	41
Gambar 4.4. Profesi Responden.....	42
Gambar 4.5. Pendapatan Responden	43
Gambar 4.6. Hasil Uji Regresi	58
Gambar 4.7. Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
Gambar 4.8. Hasil Uji Nilai F.....	59
Gambar 4.9. Hasil Uji t	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	70
Lampiran 2 Google Form.....	73
Lampiran 3 Hasil Olah Data	81



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
PADA MEDIA SOSIAL TWITTER
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE**

Disusun Oleh:

Alvin Kusuma

NPM : 190324799

Pembimbing:

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Abstrak

Dewasa ini di era yang sudah serba maju dan adanya kemajuan teknologi mempengaruhi dan mengubah segala sistem dan tatanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh eWOM pada media sosial Twitter terhadap keputusan pembelian produk Mixue. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Twitter. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 140 orang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran yaitu Skala Likert. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana, statistik deskriptif, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji partial, uji koefisien determinasi dengan menggunakan *IBM SPSS Statistic 25.0*. Hasil analisis menunjukkan bahwa eWOM berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mixue

Kata Kunci : eWOM, Keputusan Pembelian Produk Mixue.