



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**Pengaruh *Electronics Word Of Mouth*
Dan *Social Influenced* Terhadap Minat
Pembelian Produk Makeover Pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.**

Febby Ayu Cristina

161500249

Dosen Pembimbing

I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

**Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Social Influenced*
Terhadap Minat Pembelian Produk Makeover pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI
Adi Buana Surabaya.**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Febby Ayu Cristina

NIM : 161500249

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi

: Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Social Influenced* Terhadap Minat Pembelian Produk Makeover pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Identitas Mahasiswa

a. Nama : Febby Ayu Cristina
b. Nim : 16-150-024-9
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
e. Alamat Email : febbyayucristina27@gmail.com

Surabaya, 18 Januari 2021


Dosen Pembimbing


I Made Bagus Dwiarta., S.E, M.M


I Made Bagus Dwiarta., S.E, M.M

NPP:1109598/DY

NPP:1109598/DY


Mengetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Drs. H. Teguh Purwanto, M.M

NPP:19601222199031001




LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 18 Januari 2021

Dosen Pembimbing



I Made Bagus Dwiarta, S.E, M.M
NPP:1109598/DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh panitia Ujian Skripsi Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Pada Hari : **Senin**
Tanggal : **22 Februari**
Tahun : **2021**

Penguji I



Dra. Martha Suhardiyah, SE, M.Ak
NPP: 8602112/DY

Penguji II



Fauziyah, S.Si., M.Si
NPP: 1504721/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Febby Ayu Cristina

No. Registrasi : 16-150-024-9

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "*Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Social Influenced Terhadap Minat Pembelian Produk Makeover pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.*" yang saya ajukan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2020-2021 bersifat original

Bila mana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini atau ditemukan unsur plagiasi, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan kata yang sebenar-benarnya.

Surabaya, 18 Januari 2021



Febby Ayu Cristina

Nim : 161500249

MOTTO

“Kamu tidak bertanding melawan orang lain. Lawanmu adalah sifatmu yang suka menunda, egomu, makanan tidak sehat yang kamu konsumsi, perkataan negatif dan sifat pesimismu sendiri.”

Dipersembahkan Kepada:

1. Allah SWT sebagai rasa syukur atas segala kesempatan dan ijin untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik
2. Kedua orang tuaku atas segala doa dan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Adikku Viona Tri Oktavia dan Kakakku M. Eko Prasetyo yang selalu mensupport serta mendengarkan keluh kesah dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Sahabatku Nova Anggi, Fatimah Putri, Jesika Yuanita, Inggal Citra, Miftakhur Rahmi Hakiki, Mitha, Triliana Aprilia atas segala semangat, support dan dukungan yang telah diberikan.
5. Grup cerongon yang berjumlah 15 orang dan Kaum Akhlakless terimakasih atas dukungannya.
6. Atasanku sekaligus panutanku Drg. Dianita Susiani yang sudah memberi masukan melalui sudut pandang sebagai dosen dan mendengarkan keluh kesah selama proses pengerjaan skripsi ini.
7. Serta semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

KATA PENGANTAR

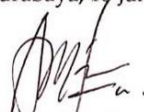
Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Social Influenced* Terhadap Minat Pembelian Produk Makeover pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.**". Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Marianus Subandowo. MS, selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Drs. H. Teguh Purwanto., M.M selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E.,M.M., M.SM., selaku Kaprodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dan Dosen Pembimbing yang memberi petunjuk dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Kedua orangtua saya tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayangnya, semangat, dan perhatian yang sangat berarti sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan waktu yang dimiliki penulis. Saran-saran dari pembaca akan sangat membantu

kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik semua pihak.

Surabaya, 18 Januari 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Febby Ayu Cristina', written in a cursive style.

Febby Ayu Cristina

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	17
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.2 Promosi.....	18
2.2.1.1 Pengertian Promosi	18
2.2.3 Pengertian Per Variabel	19
2.2.3.1 Pengertian Electronic Word Of Mouth	19
2.2.3.1.1 Indikator Electronic Word Of Mouth	20
2.2.3.2 Pengertian Social Influence.....	20
2.2.3.2.1 Indikator Social Influence.....	21
2.2.3.3 Minat Pembelian.....	21
2.2.3.3.1 Indikator Minat Pembelian.....	22
2.3 Kerangka Konseptual	22
2.4 Hipotesis.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel	29
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	30

3.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.3.1 Jenis Data	31
3.3.2 Sumber Data.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	33
3.5.1 Variabel Penelitian	33
3.5.2 DefinisiOperasionalVariabel.....	34
3.5.2.1 Electronic Word Of Mouth	34
3.5.2.2 Social Influence.....	35
3.5.2.3 Minat Pembelian	36
3.6 Teknik Analisis Data	37
3.6.1 Uji Instrumen	37
3.6.1.1 UjiValiditas	37
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	38
3.6.2.1 Uji Normalitas	38
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas	39
3.6.2.3 Uji Autokorelasi.....	39
3.6.2.4 Uji Heteroskedasitas.....	40
3.6.3 Analisis Regresi Berganda	41
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	41
3.6.4.1 Uji Parsial (t)	41
3.6.4.2 Uji Simultan (F).....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	44
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.2 Visi.....	45
4.1.3 Misi.....	46
4.1.4 Struktur Organisasi.....	46
4.1.5 Deskripsi dan Data Khusus.....	49
4.1.5.1 Karakteristik Responden	49
4.1.6 Distribusi Frekuensi.....	49
4.1.6.1 Variabel Electric Word Of Mouth.....	49
4.1.6.2 Variabel Social Influenced	51

4.1.6.3 Variabel Minat Pembelian	53
4.1.7 Analisis data dan Pembahasan	54
4.1.7.1 Uji Instrumen	54
4.1.7.1.1 Uji Validitas	54
4.1.7.1.2 Uji Reliabilitas	58
4.1.8 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.1.8.1 Uji Normalitas Data	59
4.1.8.2 Uji Multikolinieritas	60
4.1.8.3 Uji Heteroskedasitas	61
4.1.8.4 Uji Autokorelasi.....	62
4.1.9 Uji Regresi Linier Berganda	63
4.1.9.1 Koefisien Korelasi dan Determinasi	65
4.1.10 Uji Hepotesis	67
4.1.10.1 Uji T	67
4.1.10.2 Uji F.....	69
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran	73
Daftar Pustaka	75

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1.Persamaan dan Perbedaan Penelitian terdahulu dengan Penelitian yang akan Dilakukan	14
3.1 Skala Likert	33
4.1 Distribusi Frekuensi EWOM	50
4.2. Distribusi Frekuensi Social Influenced	51
4.3. Distribusi Frekuensi Minat Pembelian	53
4.4. Uji Validitas X1	55
4.5. Uji Validitas X2	56
4.6. Uji Validitas Y	57
4.7. Uji Reliabilitas	58
4.8. Uji Normalitas	59
4.9. Uji Multikolinieritas	60
4.10.Uji Autokorelasi	63
4.11. Uji Regresi Linier Berganda	64
4.12. Koefisien Korelasi dan Derteminasi	65
4.13. Hasil Koefisien Korelasi dan Derteminasi	67
4.14. Uji T	69
4.15. Uji F	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kerangka Konseptual.....	23
3.1. Rancangan Penelitian.....	28
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	47
4.2 Uji Heteroskedastisitas	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 4 : Lembar Persetujuan
- Lampiran 5 : Matrix
- Lampiran 6 : Kuesioner
- Lampiran 7 : Tabulasi Data
- Lampiran 8 : Hasil Olah SPSS