

PENGARUH E-WOM DAN PROMOSI DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC

ABSTRAK

Abstract : *The aim of this research is to determine the influence of electronic word of mouth variables through promotions on social media. The use of social media to market products is very interesting to observe, especially in terms of looking at customer behavior. The sample for this research is consumers who have purchased Somethinc products, who have seen promotions on social media about Somethinc products and are active followers of Somethinc social media. The sample for carrying out this research test was 100 people who were calculated using the hair formula. Data analysis uses validity tests, reliability tests, normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, multiple linear regression analysis, f tests and t tests. The results of the following research show that the electronic word of mouth variable has a significant influence on purchasing decisions. Social media promotion has a significant influence on purchasing decisions. The influence variables of electronic word of mouth and promotions on social media jointly influence purchasing decisions. Suggestions for Somethinc to improve e-WOM, promotions on social media to increase purchasing decisions.*

Keywords: *electronic word of mouth, promotion, social media, purchase decision.*

Abstrak : *Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel electronic word of mouth melalui promosi di media social, pemanfaatan media social untuk memasarkan produknya sangat menarik untuk diamati, terutama dalam hal melihat perilaku pelanggan. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk Somethinc, yang pernah melihat promosi di media social tentang produk Somethinc dan pengikut aktif media social Somethinc. Sampel dalam melakukan uji penelitian ini sebesar 100 orang yang dihitung menggunakan rumus hair. Analisis data menggunakan uji validitas uji realibilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedasitas, analisis regresi linear berganda, uji f dan uji t. hasil dari penelitian berikut menunjukkan bahwa variabel electronic word of mouth berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi media social berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel pengaruh electronic word of mouth dan promosi di media sosial berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Saran untuk pihak Somethinc agar bisa meningkatkan e-Wom, Promosi di media social untuk meningkatkan keputusan pembelian.*

Kata kunci: *electronic word of mouth, promosi, media social, keputusan pembelian*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Komunikasi.

Selain itu, karya penelitian ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan yang diberikan kepada penulis oleh berbagai pihak. Penulis juga menyadari bahwa penulisan hasil penelitian ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan dan dukungan yang telah diberikan selama penyelesaian skripsi ini kepada:

1. Kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya selama ini dari masa perkuliahan hingga pengerjaan laporan tugas akhir ini.
2. Kepada orangtua peneliti yaitu Ibu Marina Jumanah dan Bapak Ibnu Karim yang selalu memberikan semangat, doa serta motivasi dan selalu membantu peneliti disegala keadaan agar mendapatkan hasil terbaik dalam penulisan skripsi ini.
3. Kepada saudara penulis Adiba Syakila Karim yang telah membantu memberi dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Naik Henokh Parmenas, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Kalbis.
5. Bapak Hendro Susanto, S.E., M.M., selaku Dekan Universitas Kalbis.
6. Ibu Vina Meliana S.M.B., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Kalbis yang sudah membantu dan memberikan masukan tentang perkuliahan.
7. Ibu Siti Ruhana Dara S.E.M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan terkait bimbingan serta bantuan dan masukan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

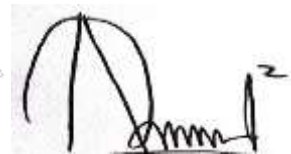
8. Kepada seluruh Dosen Universitas Kalbis atas segala bimbingan ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan berlangsung.

9. kepada diri saya sendiri Abdul Razak Karim, *I want to thank me for believing in me, I want to thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive, I wanna thank me for trying to do more right than wrong, I wanna thank me for being me at all times.*

10. Kepada Dea Syifa Fauziah, yang selalu memberi semangat, afirmasi, dan selalu berusaha untuk meluangkan waktu, tenaga, dan telinga untuk penulis selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

11. Terimakasih kepada teman, sahabat, dan partner yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu karena sudah membantu, memotivasi dan menghibur penulis dari awal masa perkuliahan hingga penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

Jakarta, 10 Juni 2024



Abdul Razak Karim

2019104871