

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *electronic word of mouth*, keragaman produk, dan penggunaan media sosial terhadap keputusan pembelian di Nala Branded Kebumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden pada pengunjung yang pernah membeli di Nala Branded Kebumen. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Alat analisis data menggunakan bantuan program aplikasi komputer yaitu IBM SPSS Statistics 25 yang meliputi Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi linier Berganda, Uji t, Uji F. Hasil analisis membuktikan bahwa *electronic word of mouth* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis membuktikan bahwa keragaman produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis membuktikan bahwa penggunaan media sosial secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis membuktikan bahwa *electronic word of mouth*, keragaman produk dan penggunaan media sosial secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** *Electronic word of mouth*, Keragaman Produk, Penggunaan Media Sosial, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This research aims to test and analyze the influence of electronic word of mouth, product diversity, and the use of social media on purchasing decisions at Nala Branded Kebumen. The sampling technique used a purposive sampling method, this research took a sample of 100 respondents from visitors who had purchased at Nala Branded Kebumen. This research is a type of quantitative research. Data collection techniques were carried out using a questionnaire. The data analysis tool uses the help of a computer application program, namely IBM SPSS Statistics 25, which includes Instrument Validity and Reliability Test, Classic Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, T Test, F Test. The results of the analysis prove that electronic word of mouth partially has a significant influence on purchasing decisions. The results of the analysis prove that product diversity partially has a significant influence on purchasing decisions. The results of the analysis prove that the use of social media partially has a significant influence on purchasing decisions. The results of the analysis prove that electronic word of mouth, product diversity and the use of social media simultaneously have a significant influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Electronic word of mouth, Product Diversity, Use of Social Media, Purchase Decision.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, KERAGAMAN PRODUK DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI NALA BRANDED KEBUMEN”** sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana 1 (S1) berkonsentrasi manajemen pemasaran di Universitas Putra Bangsa.

Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu, kemampuan, dan pengetahuan penulis. Penulis memahami tanpa bantuan, doa, dan bimbingan dari semua orang akan sangat sulit menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan dan kontribusi kepada:

Kata Pengantar ini memuat uraian antara lain:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen
3. Bapak Dr. Sigit Wibawanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi ini.

4. Seluruh dosen, karyawan, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kota Kebumen.
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat, serta kasih sayang yang tak terhingga.
7. Kepada semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian, dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	13
2.1. Tinjauan Teori .....	13
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2. Keragaman Produk.....	22
2.1.3. Media Sosial.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	29
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	35
2.4. Model Empiris .....	38
2.5. Hipotesis .....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1. Objek dan Subjek Penelitian .....	40
3.1.1. Objek Penelitian.....	40
3.1.2. Subjek Penelitian.....	40
3.2. Variabel Penelitian .....	40
3.3.1. Variabel Dependen (Y) .....	41
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	45
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5.1. Jenis Data .....	51
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6. Populasi dan Sampel.....	53

3.6.1.	Populasi Penelitian.....	53
3.6.2.	Sampel Penelitian.....	53
3.7.	Teknik Analisis.....	55
3.7.1.	Analisis Deskriptif .....	55
3.8.	Alat Analisis Data.....	56
3.8.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik .....	59
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
4.1.	Analisis Deskriptif.....	66
4.1.1	Gambaran Umum Nala Branded Kebumen .....	66
4.1.2	Data Profil Responden .....	66
4.2.	Analisis Statistik.....	70
4.2.1.	Analisis Instrumen .....	71
4.2.2.	Uji Asumsi Klasik .....	75
4.2.3.	Uji Hipotesis.....	81
4.3.	Pembahasan .....	85
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN .....</b>	<b>88</b>
5.1.	Simpulan.....	88
5.2.	Keterbatasan .....	89
5.3.	Implikasi .....	90
5.3.1.	Implikasi Praktis.....	90
5.3.2.	Implikasi Teoritis .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>93</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Observasi Keputusan Pembelian di Nala Branded Kebumen .....	4
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel III - 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian.....	42
Tabel III - 2 Indikator dan Distribusi Variabel Electronic Word of Mouth.....	43
Tabel III - 3 Indikator dan Distribusi Variabel Keragaman Produk .....	44
Tabel III - 4 Indikator dan Distribusi Variabel Penggunaan Media Sosial.....	45
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	68
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	68
Tabel IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel IV - 5 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	71
Tabel IV - 6 Uji Validitas Variabel Electronic Word Of Mouth .....	71
Tabel IV - 7 Uji Validitas Variabel keragaman produk.....	73
Tabel IV - 8 Uji Validitas Variabel Penggunaan Media Sosial .....	73
Tabel IV - 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	74
Tabel IV - 10 Hasil Uji Multikolinearitas .....	75
Tabel IV - 11 Analisis Regresi Linear Berganda .....	79
Tabel IV - 12 Hasil Uji t .....	81
Tabel IV - 13 Hasil Uji F .....	83
Tabel IV - 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1 Model Empiris .....	38
Gambar IV - 1 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	77
Gambar IV - 2 Hasil Uji Normalitas .....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 2 Data Responden.....	102
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden .....	108
Lampiran 4 Uji Validitas.....	113
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	117
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik .....	118
Lampiran 7 Regresi Linier Berganda.....	120
Lampiran 8 Koefisien Determinasi .....	121
Lampiran 9 F Tabel .....	122
Lampiran 10 R Tabel .....	125
Lampiran 11 T Tabel .....	128
Lampiran 12 Kartu Seminar .....	131
Lampiran 13 Kartu Bimbingan .....	132