

HALAMAN MOTTO

"Be strong and courageous. Do not be afraid or terrified because of them, for the Lord your God goes with you; he will never leave you nor forsake you."

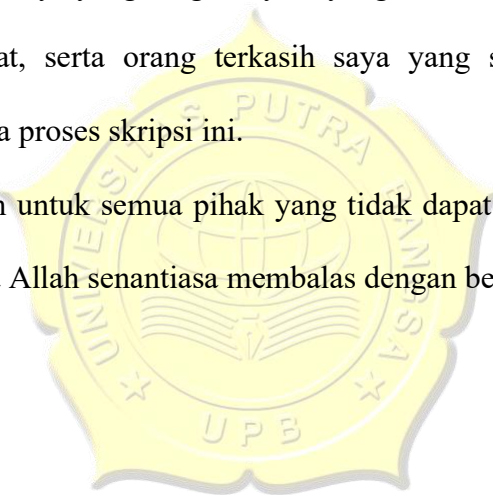
Deuteronomy 31:6



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda terimakasih yang mendalam kepada:

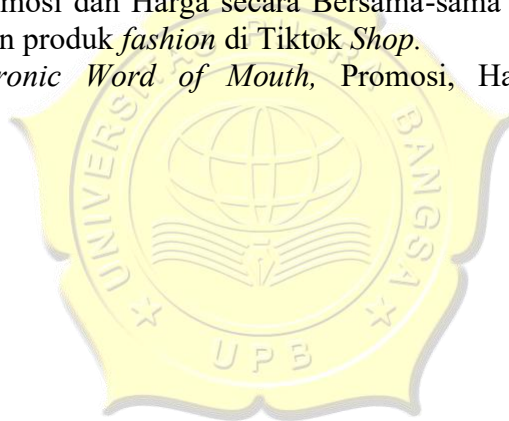
1. Tuhan Yesus
2. Mamah saya yang selalu mendukung, Papah saya yang sudah bersama Tuhan, kedua kakak perempuan saya yang sudah mendukung, terutama kakak pertama saya yang mendukung penuh pendidikan saya secara finansial, serta kedua keponakan saya yang sangat saya sayangi.
3. Dua teman dekat, serta orang terkasih saya yang sudah membantu dan menemani selama proses skripsi ini.
4. Serta terimakasih untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah senantiasa membalas dengan berlipat ganda.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk *fashion* di Tiktok *Shop* pada masyarakat Kebumen. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan kriteria masyarakat yang bertempat tinggal di Kabupaten Kebumen, menggunakan Tiktok dan pernah melakukan pembelian produk *fashion* di Tiktok *Shop*, dan usia minimal 17 tahun dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban yang obyektif dan sesuai dengan penelitian ini. Pengambilan data menggunakan kuesioner (angket). Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* yang dibantu dengan alat bantu pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistics 26. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *fashion* di Tiktok *Shop*, (2) Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *fashion* di Tiktok *Shop*, (3) Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *fashion* di Tiktok *Shop*, (4) *Electronic Word of Mouth*, Promosi dan Harga secara Bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *fashion* di Tiktok *Shop*.

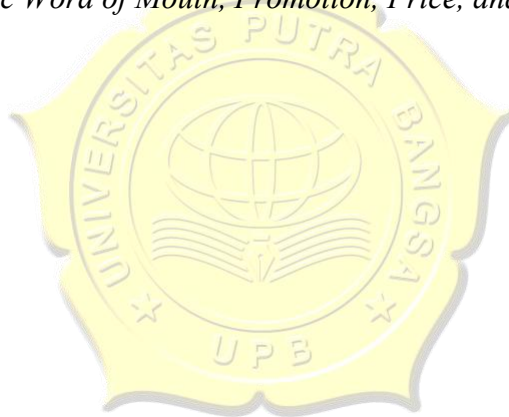
Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Promosi, Harga, dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Electronic Word of Mouth, Promotion, and Price on the Purchase Decision of fashion products on Tiktok Shop among the people of Kebumen. The number of respondents used in this study was 100 people, with criteria including residents of Kebumen Regency who use TikTok, have made purchases of fashion products on TikTok Shop, and are at least 17 years old, with the aim of obtaining objective and research-relevant responses. Data collection was conducted using a questionnaire. The sampling technique employed non-probability sampling with purposive sampling, assisted by data processing tools using IBM SPSS Statistics 26. The analysis included instrument validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results of this study indicate that (1) Electronic Word of Mouth influences the purchase decision of fashion products on TikTok Shop, (2) Promotions influence the purchase decision of fashion products on TikTok Shop, (3) Price influences the purchase decision of fashion products on TikTok Shop, (4) Electronic Word of Mouth, Promotion, and Price collectively influence the purchase decision of fashion products on TikTok Shop.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Promotion, Price, and Purchase Decision



KATA PENGANTAR

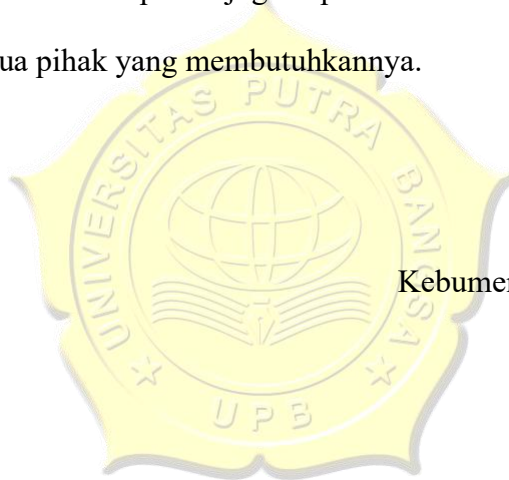
Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FASHION* DI TIKTOK *SHOP* (Studi Pada Masyarakat Kebumen). Skripsi ini merupakan sebuah karya ilmiah yang disusun penulis berdasarkan hasil penelitian sebagai tugas dan syarat untuk memenuhi gelar Sarjana pada jenjang Strata (S-1).

Dalam proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta bimbingan yang sangat berarti. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Eko Wardoyo S.E.,M.M., yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini. Bimbingan ini sangat membantu penulis dalam memahami dan merumuskan hasil Skripsi dengan baik.
2. Mamah saya yang telah memberikan dukungan dan papah saya yang di atas sana yang sudah menjadi motivasi saya.
3. Kakak perempuan pertama saya yang telah mendoakan dan mendukung penuh pendidikan saya secara finansial serta kakak perempuan kedua saya yang sudah mendukung saya.
4. Kedua keponakan saya yang sudah menjadi penyemangat saya.
5. Teman-teman ABSURD saya sebagai teman seperjuangan skripsi.

6. Kedua teman saya dalam grup GIBER serta orang terkasih saya yang sudah membantu dan menemani saya dalam proses skripsi.
7. Rekan-rekan kuliah dan rekan luar kampus, yang telah berbagi pengalaman, pengetahuan, serta semangat selama pelaksanaan penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis dengan lapang dada menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkannya.



Kebumen, 31 Juli 2025

Marrianne Fiaz Sefira

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1. Tinjauan Teori	14

2.1.1.	Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2.	<i>Electronic word of mouth</i>	21
2.1.3.	Promosi	26
2.1.4.	Harga.....	30
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	36
2.4.	Model Empiris.....	39
2.5.	Hipotesis	39
BAB III.....		41
METODE PENELITIAN.....		41
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	41
3.1.1.	Objek Penelitian.....	41
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	41
3.2.	Variabel Penelitian	41
3.1.	Definisi Operasional Variabel	42
3.3.1	Keputusan Pembelian.....	42
3.3.2	<i>Electronic word of mouth</i>	43
3.3.3	Promosi	44
3.3.4	Harga.....	44
3.2.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	45
3.3.	Data dan Teknik Pengupulan Data	47
3.5.1	Jenis Data	47
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.	Populasi dan Sampel.....	49
3.6.1.	Populasi	49

3.6.2.	Sampel.....	50
3.6.3.	Penentuan Sampel.....	51
3.5.	Teknik Analisis.....	52
3.7.1.	Analisis Deskriptif	52
3.7.2.	Analisis Statistik.....	52
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik	55
3.7.4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
3.7.5.	Uji Hipotesis.....	59
BAB IV		63
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		63
4.1.	Gambaran Umum Subjek Penelitian	63
4.2.	Analisis Deskriptif.....	63
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.2.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.2.4	Responden Berdasarkan Penghasilan.....	66
4.3.	Analisis Statistik.....	66
4.3.1	Uji Validitas	67
4.3.2	Uji Reliabilitas	70
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	71
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
4.3.5	Uji Hipotesis.....	77
4.4.	Pembahasan	81
BAB V.....		85
SIMPULAN		85

5.1.	Simpulan.....	85
5.2.	Keterbatasan	86
5.3.	Implikasi.....	87
5.3.1	Implikasi Praktis.....	87
5.3.2	Implikasi Teoritis	89
	DAFTAR PUSTAKA	93
	LAMPIRAN.....	98



DAFTAR TABEL

TABEL I-1 10 NEGARA DENGAN JUMLAH PENGGUNA TIKTOK TERBANYAK DI DUNIA 2024	3
TABEL II-1 HASIL PENELITIAN TERDAHULU	34
TABEL III-1 INDIKATOR DAN DISTRIBUSI VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	42
TABEL III-2 INDIKATOR DAN DISTRIBUSI VARIABEL EWOM.....	43
TABEL III-3 INDIKATOR DAN DISTRIBUSI VARIABEL PROMOSI.....	44
TABEL III-4 INDIKATOR DAN DISTRIBUSI VARIABEL HARGA	45
TABEL IV-1 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN	64
TABEL IV-2 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA	64
TABEL IV-3 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN.....	65
TABEL IV-4 KARAKTERISTIK BERDASARKAN PENGHASILAN	66
TABEL IV-5 UJI VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	68
TABEL IV-6 UJI VALIDITAS <i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH</i>	68
TABEL IV-7 UJI VALIDITAS PROMOSI	69
TABEL IV-8 UJI VALIDITAS HARGA	70
TABEL IV-9 UJI RELIABILITAS	71
TABEL IV-10 HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS.....	73
TABEL IV-11 ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA.....	76
TABEL IV-12 UJI PARSIAL (UJI T).....	78
TABEL IV-13 UJI SIMULTAN (UJI F)	80
TABEL IV-14 KOEFISIEN DETERMINASI	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris	39
Gambar IV-1 Hasil Uji Normalitas	72
Gambar IV-2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Kuisisioner Penelitian	98
Lampiran. 2 Tabulasi Data Kuisisioner	102
Lampiran. 3 Olah Data Spss.....	109
Lampiran. 4 Kartu Bimbingan Skripsi	120
Lampiran. 5 Kartu Seminar Proposal.....	120

