

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
UNTUK MENYUSUN SKRIPSI S-1 PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



Diajukan Oleh:

**LUTHFI ALI AKBAR
19012010287**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2023

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
UNTUK MENYUSUN SKRIPSI S-1 PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



Diajukan Oleh:

**LUTHFI ALI AKBAR
19012010287**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2023

SKRIPSI

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE
DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh:

LUTHFI ALI AKBAR
19012010287

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 28 Juli 2023

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si.
NIP. 196508141991032001

Pembimbing,
Pembimbing Utama

Ugy Soebiantoro SE, MM.
NIP. 196708182021211001

Pembimbing Pendamping

Egan Evanzha Y.A. SMN, MM.
NIP. 17119890430051

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

31 JUL 2023

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Luthfi Ali Akbar

NPM : 19012010287

Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE DI KOTA SURABAYA

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi Pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil Karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 27 Juli 2023

Yang Menyatakan,


Luthfi Ali Akbar



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal ini. Adapun judul proposal yang penulis ajukan adalah **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE DI KOTA SURABAYA”**

Penulis menyadari bahwa selesainya penyusunan proposal ini tidak jauh dari bantuan beberapa pihak. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya, terutama kepada Bapak Ugy Soebiantoro. SE, MM selaku pembimbing dan Bapak Egan Evanzha Yudha A. SMN. MM selaku pendamping pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan, motivasi, dan dukungan guna menyelesaikan penyusunan proposal.

Penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah terlibat dan membantu menyelesaikan penyusunan proposal ini, diantaranya:

1. Yth. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT.,IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Yth. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika P, M.Si,CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Yth. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Yth. Bapak Ugy Soebiantoro, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Egan Evanzha Yudha Amriel, SMN., MM. selaku Dosen Pembimbing 2
5. Yth. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
6. Kedua Orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan serta doa kepada penulis dalam menyelesaikan proposal ini
7. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dalam penelitian proposal ini penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna baik dari segi teknis maupun penyusunan. Akhir kata, penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan proposal yang penulis buat. Penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT. senantiasa memberikan Rahmat bagi kita semua.

Surabaya, 6 Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat.....	12
BAB II.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori	22
2.2.1 <i>Electronic Word of Mouth</i>	22
2.2.2 Media Sosial.....	26
2.2.3 Persepsi Harga.....	27
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	29
2.3 Hubungan Antar Variabel	34
2.3.1 Pengaruh E-WOM Dengan Keputusan Pembelian	34
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian	35
2.4 Kerangka Konseptual	36

2.5	Hipotesis.....	37
BAB III		38
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.1.1	Definisi Operasional Variabel	38
1.1.2	Pengukuran Variabel.....	40
3.2	Teknik Pengumpulan Sampel.....	41
3.2.1	Populasi.....	41
1.2.2	Sampel.....	41
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	43
3.3.1	Jenis Data.....	43
3.3.2	Sumber Data.....	43
3.3.2.1	Metode Pengumpulan Data	44
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	44
3.4.1	Teknik Analisis	44
3.4.2	Asumsi PLS.....	51
3.4.3	Ukuran Sampel.....	51
BAB IV		52
Hasil Dan Pembahasan.....		52
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1	Profil Mixue.....	52
4.2	Karakteristik Responden	53
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	54

4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	56
4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM)	57
4.3.2 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	58
4.3.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	60
4.4 Analisis Data	61
4.4.1 Interpretasi Hasil PLS.....	61
4.5 Pembahasan	71
4.5.1 Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.5.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	72
BAB V.....	73
KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	78
KUESIONER	78
PERNYATAAN.....	79
Tabel Responden.....	82

DAFTAR TABEL

tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai E-Wom	57
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga.....	58
Tabel 4. 6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	60
Tabel 4. 7 Outer Loadings (Mean, Stdev, T-Values).....	61
Tabel 4. 8 Cross Loading	63
Tabel 4. 9 Ave & Composite Reliability.....	65
Tabel 4. 10 Latent Variable Correlations	66
Tabel 4. 11 Tabel R-Square	68
Tabel 4. 12 Path Coefficients (Mean, Stdev, T-Values, P-Values).....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pdb Sektor Industri Menurut Subsektor (Kuartal Ii-2022).....	1
Gambar 1. 2 Jumlah Gerai Mixue Dengan Gerai Boba Lain	2
Gambar 1. 3 Peta Persebaran Mixue Di Pulau Jawa.....	4
Gambar 1. 4 Data Gerai Kompetitor Mixue Dengan Produk Es Krim Lain Tahun 2022	5
Gambar 1. 5 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial Di Indonesia	7
Gambar 1. 6 Media Sosial Yang Sering Digunakan Di Indonesia.....	7
Gambar 1. 7 Postingan Official Akun Instagram Produk Mixue.....	8
Gambar 1. 8 Komentar Pengguna Aktif Media Sosial Di Indonesia (Oktober:2022)	10
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 3. 1 Diagram Jalur	47
Gambar 4. 1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4. 2 Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4. 3 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Gambar 4. 4 Outer Model Dengan Factor Loading, Path Coefficient Dan R-Square	67
Gambar 4. 5 Gambar Inner Model Dengan Nilai Signifikansi T-Statistic Bootstrapping	70

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MIXUE DI KOTA SURABAYA**

Oleh

LUTHFI ALI AKBAR
19012010287

ABSTRAK

Perkembangan teknologi, sistem informasi dan media sosial saat ini sangat memberikan pengaruh dalam kehidupan masyarakat karena memberikan kemudahan untuk mengakses informasi secara lebih mudah. Begitu juga dalam sebuah bisnis, khususnya bisnis F&B (*Food and Beverage*) karena melakukan pemasaran menggunakan internet lebih menjanjikan karena konsumen lebih mudah mencari informasi mengenai produk tersebut.

Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen produk Mixue di Surabaya. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dan ditemukan hasil responden sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan bentuk *GForm*. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan PLS (*Partial Least Square*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel E-WOM indicator yang memiliki persentase paling tinggi adalah Saya sering mengumpulkan informasi review dari konsumen secara online sebelum saya membeli produk Mixue (X1.2) sedangkan variabel Persepsi Harga indicator yang memiliki persentase paling tinggi adalah Saya merasa bahwa harga Produk Mixue sesuai dengan kualitasnya (X2.2)

Kata Kunci : E-WOM, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian