

**PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM DIAH COOKIES
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Rachmad Budi Laksono
21012010408/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR

2025

**PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM DIAH COOKIES
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Disusun Oleh:

**Rachmad Budi Laksono
21012010408/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM DIAH COOKIES
DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :

RACHMAD BUDI LAKSONO

21012010408/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Pada Tanggal : 20 November 2025

Pembimbing Utama



Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M.
NIP. 196310091991032001

**Tim Penguji
Ketua**



Prof. Dr. Yuniningsih, S.E., M.Si.
NIP. 197006202021212001

Anggota



Dra. Endang Iryanti, M.M.
NIP. 196201081990032001

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



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



SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini •
Nama: Rachmad Budi Laksono
NPM : 21012010408
Program: Sarjana (S1) / ~~Magister (S2) / Doktor (S3)~~
Program Studi : Manajemen
Fakultas • Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu Lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka. Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Disertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 November 2025
Yang Menyatakan,



Rachmad Budi Laksono
NPM. 21012010408

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi *Online* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Diah *Cookies* di Kota Surabaya” disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., IPU., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, serta dukungan dalam setiap tahap penyusunan skripsi ini.

5. Dosen penguji yang telah memberikan masukan dan arahan guna menyempurnakan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan.
7. Terima kasih kepada Ibu, yang dengan cintanya yang tak bersuara sering kali menjadi sandaran paling jujur saat dunia terasa sempit cinta yang membuatku tetap bergerak meski hati pernah rapuh dan langkah pernah goyah. Kepada Ayah, yang sejak hari-hari paling sunyi dan getir layaknya kenangan “Kalibata 2012” yang menyimpan lebih banyak luka daripada kata tetap menjaga keluarganya dengan keteguhan yang bahkan tak pernah ia akui sebagai pengorbanan. Serta untuk seluruh keluargaku, yang keberadaannya membuatku mengerti bahwa di balik setiap pencapaian ada tangan-tangan yang diam-diam menggenggamku agar tidak runtuh sebelum tiba di garis akhir.
8. Ibu Diah Arfianti dan Kak Caca selaku Owner Diah Cookies yang telah mengizinkan saya untuk meneliti UMKM ini dan memberikan bantuan berupa data, doa, dan semangat.
9. Faya Pratama Kuncoro Putra, Hamdan Regatama, Ahmad Nur Badi’, Iqbal Ilmiawan, Ismail Alfarizi, Bimo Aji Pamungkas, Sigit Agung Pranoto, Billie Firjatullah, Mastur Rozi, Very Dwi Yulianto, Fahrul Ardani, Ilhan Samudera Fatah, Farchan Candra, Soleh, Koceng, Berok, Lucky, Yoyok, Hindu, dan Naura Zalfa Anaya serta kawan-kawan Oemah Irit dan BLM Fakultas yang

tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu, menemani, mendoakan serta memberikan masukan terhadap penulisan skripsi ini.

10. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 20 November 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAKSI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	20
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
2.1.1 Teori Pemasaran	27
2.1.2 Promosi Online	29
2.1.3 Electronic Word of mouth	32
2.1.4 Keputusan Pembelian	34
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	36
2.2.1 Pengaruh Promosi Online dengan Keputusan Pembelian	36
2.2.2 Pengaruh Electronic Word of mouth dengan Keputusan Pembelian	36
2.3 Kerangka konseptual	37
2.4 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	40
3.1.1 Variabel Independen.....	40
3.1.2 Variabel Dependen	43
3.1.3 Pengukuran Variabel	45
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	45

3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.3.1 Jenis Data.....	47
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	48
3.4 Teknis Analisis Dan Uji Hipotesis.....	48
3.4.1 Teknik Analisis Data	49
3.4.2 Model Indikator	49
3.4.3 Langkah - Langkah PLS	53
3.4.4 Asumsi PLS	63
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	64
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	64
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Karakteristik Responden.....	64
4.2.2 Deskripsi Data Variabel.....	65
4.3 Analisa dan Pengujian Hipotesis	72
4.3.1 Interpretasi Hasil PLS.....	72
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	83
4.4.1 Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.4.2 Pengaruh Electronic Word of mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambaran UMKM di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Media Sosial Diah Cookies	5
Gambar 1.3 Konten Media Online Diah Cookies	10
Gambar 1.4 Promosi Online Diah Cookies.....	12
Gambar 1.5 Ulasan dan Rating Pelanggan Diah Cookies.....	14
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 3.1 Model Indikator Reflektif.....	51
Gambar 3.2 Model Indikator Formatif.....	52
Gambar 4.1 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rata-rata Konsumsi Per Kapita Mingguan Menurut Kelompok Makan dan Minuman Jadi Kota Surabaya	2
Tabel 1.2 Stock produk Cookies, Bakery, dan Cake Diah Cookies 2024.....	6
Tabel 1.3 Tabel Penjualan Diah Cookies 2024.....	8
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Ordinal dengan Menggunakan Skala Likert	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Deskripsi Data Jawaban Responden pada Promosi Online	66
Tabel 4.3 Deskripsi Data Jawaban Responden pada e-WOM	67
Tabel 4.4 Deskripsi Data Jawaban Responden pada Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4.5 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values, P- Values)	72
Tabel 4.6 Average Variance Extracted (AVE)	74
Tabel 4.7 Cross Loading	76
Tabel 4. 8 Composite Reliability	78
Tabel 4. 9 R-Square.....	80
Tabel 4. 10 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	94
Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden	98
Lampiran 3 Deskripsi Karakteristik Responden	101
Lampiran 4 Deskripsi Data Jawaban Responden.....	101
Lampiran 5 Deskripsi Hasil Jawaban Responden.....	102
Lampiran 6 Pengujian Model Pengukuran.....	104
Lampiran 7 Analisis Model Partial Least Square (PLS).....	105
Lampiran 8 Pengujian Model Struktural (Inner Model)	106

ABSTRAKSI

Perkembangan UMKM di era digital menuntut adaptasi strategi pemasaran yang efektif, termasuk pemanfaatan promosi online dan electronic word of mouth (e-WOM) untuk meningkatkan keputusan pembelian. Diah Cookies sebagai UMKM kuliner di Surabaya telah memanfaatkan platform digital, namun masih mengalami fluktuasi penjualan di luar momen tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi online dan e-WOM terhadap keputusan pembelian produk Diah Cookies di Kota Surabaya. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei terhadap 110 responden yang merupakan pelanggan Diah Cookies. Data dianalisis menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi online dan e-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan e-WOM memiliki pengaruh yang lebih dominan. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi promosi digital yang menarik serta pengelolaan ulasan dan reputasi online yang baik untuk mendorong keputusan pembelian. Oleh karena itu, Diah Cookies disarankan untuk mengoptimalkan konten promosi, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan menjaga kualitas produk guna memperkuat e-WOM positif. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran digital UMKM di sektor kuliner.

Kata Kunci: Promosi Online, Electronic Word of Mouth (e-WOM), Keputusan Pembelian, UMKM, Pemasaran Digital