



Judul Skripsi :

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DALAM
ONLINE REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SMARTPHONE XIAOMI*
(Survei pada *Followers Instagram @Erafonestores*)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Mohamad Septiawan Evriyanto

NIM : 1710411203



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA 2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Mohamad Septiawan Evriyanto
NIM : 1710411203
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini mana, saya bersedia dituntun dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 27 Januari 2022

Yang menyatakan,



Mohamad Septiawan Evriyanto

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mohamad Septiawan Evriyanto
NIM : 1710411203
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DALAM *ONLINE REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE XIAOMI* (Survei pada *Followers Instagram @Erafonestores*).

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 27 Januari 2022
Yang menyatakan,



Mohamad Septiawan Evriyanto

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Mohamad Septiawan Evriyanto

NIM : 1710411203

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DALAM ONLINE REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE XIAOMI (Survei pada Followers Instagram @Erafonestores)*

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing Utama



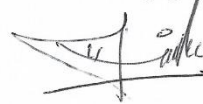
Dra. Siti Maryam, M.Si.

Penguji I



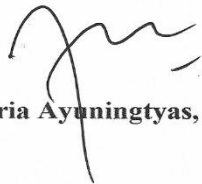
Drs. Aan Setiädarma, M.Si.

Penguji II



Dra. Aniek Irawatie, M.Si.

Ketua Program Studi



Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si..

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 12 Januari 2022

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DALAM
ONLINE REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SMARTPHONE XIAOMI*
(SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @erafonestores)**

Mohamad Septiawan Evriyanto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas *electronic word of mouth* dalam *online review* terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Xiaomi, dengan menggunakan teori perbedaan individu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan sumber data primer berupa kuesioner sebagai instrument penelitiannya. Populasi penelitian ini yaitu followers Instagram @erafonestores, teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, karena sampel dipilih sesuai kriteria yang sudah ditentukan untuk mengikuti survei yang diadakan. Peneliti menggunakan tahapan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji instrument kuesioner yang sudah dibuat. Tahapan analisis data menggunakan uji korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi, dan uji hipotesis. Teknik pengujian data dilakukan dengan program SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi variabel X terhadap variabel Y memiliki hubungan yang kuat dengan nilai korelasi sebesar 0,799. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan pengaruh yang ditimbulkan oleh *Electronic Word of Mouth* dalam *Online Review* terhadap Keputusan Pembelian produk *Smartphone* Xiaomi sebesar 82%, sedangkan sisanya bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Lalu untuk hasil uji hipotesis yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat adanya pengaruh *electronic word of mouth* dalam *online review* terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* xiaomi.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Periklanan, *Electronic Word of Mouth*, *Online Review*, Keputusan Pembelian.

***THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH IN
ONLINE REVIEW TOWARD THE PURCHASE DECISION OF
XIAOMI SMARTPHONE PRODUCTS
(SURVEY ON INSTAGRAM FOLLOWERS @erafonestores)***

Mohamad Septiawan Evriyanto

ABSTRACT

This research aims to discuss electronic word of mouth in an online review of purchasing decisions for Xiaomi smartphone products, using the theory of individual differences. The method used in this research is quantitative explanatory by using primary data sources in the form of a questionnaire as the research instrument. The population of this study is Instagram followers @erafonestores, the sampling technique is carried out using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method, because the sample is selected according to the criteria that have been determined to take part in the survey held. Researchers used the stages of validity and reliability testing to test the questionnaire instrument that had been made. Stages of data analysis using correlation test, coefficient of determination test, regression test, and hypothesis testing. The data testing technique was carried out with the SPSS 20 program. The result of this research indicate that the correlation of variable X to variable Y has a strong relationship with a correlation value of 0.799. Based on the results of the calculation of the coefficient of determination, it shows that the influence caused by Electronic Word of Mouth in the Online Review on the Purchase Decision of Xiaomi Smartphone products is 82%, while the rest can be influenced by other factors. Then for the results of the hypothesis test, namely H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that there is an influence of electronic word of mouth in online reviews on purchasing decisions for Xiaomi smartphone products.

Keywords: *Marketing Communication, Advertising, Electronic Word of Mouth, Online Review, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil dilaksanakan sejak Agustus 2021, dengan judul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dalam *online review* terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Survei pada *followers Instagram @erafonestores*). Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Dra. Siti Maryam, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi utama dan Ibu Dra. Aniek Irawatie, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi pendamping yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat. Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah dan ibu serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman “Rucup”, Nalda, Fatima, Yusa, Alya, dan Zirli yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis yakin masih banyak kekurangan dari isi tugas akhir Skripsi ini karena penulis pun di sini masih belajar dan memiliki keterbatasan dalam pengetahuan serta pengalaman dalam pembuatan tugas akhir Skripsi. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran serta kritik dari pembaca yang membangun demi kesempurnaan isi skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi atau penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi semua pihak yang berkenan memanfaatkannya.

Jakarta, 27 Januari 2022



Mohamad Septiawan Evriyanto

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Praktis.....	10
1.3.2 Tujuan Teoritis	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Praktis.....	10
1.4.2 Manfaat Akademis.....	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Konsep Penelitian	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2.2 Periklanan.....	19
2.2.3 <i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM).....	20
2.2.4 <i>Online Review</i>	25
2.2.5 Keputusan Pembelian	26

2.3	Teori Penelitian	27
2.4	Kerangka Berfikir	29
2.5	Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Metodologi Penelitian.....	31
3.1.1	Pendekatan Penelitian.....	31
3.1.2	Jenis Penelitian	31
3.1.3	Metode Penelitian.....	32
3.2	Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1	Populasi.....	32
3.2.2	Sampel.....	33
3.3	Metode Pengumpulan Data	34
3.3.1	Data Primer	34
3.3.2	Data Sekunder	35
3.3.3	Kuesioner	35
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	36
3.4.1	Definisi Variabel Penelitian	36
3.5	Uji Instrument.....	40
3.5.1	Uji Validitas	40
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	43
3.6	Metode Analisis Data.....	45
3.6.1	Uji Korelasi	45
3.6.2	Uji Koefisien Determinasi	45
3.6.3	Uji Regresi	46
3.6.4	Uji Hipotesis.....	47
3.7	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.2	Deskripsi Subjek Penelitian	50
4.3	Hasil Penelitian.....	51

4.3.1	Karakteristik Responden	51
4.3.2	Data Analisis Variabel X (<i>Electronic Word of Mouth</i>)	53
4.3.3	Data Analisis Variabel Y (Keputusan Pembelian)	62
4.4	Teknik Analisis Data	70
4.4.1	Uji Korelasi	70
4.4.2	Uji Regresi	71
4.4.3	Uji Koefisien Determinasi	72
4.4.4	Uji Hipotesis.....	73
4.5	Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		85

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2 Perbedaan WOM dan EWOM.....	22
Tabel 3 Data Skala Likert.....	36
Tabel 4 Operasional Variable.....	37
Tabel 5 Uji Validitas Variabel X Item-Total Statistics.....	41
Tabel 6 Uji Validitas Variabel Y Item-Total Statistics.....	42
Tabel 7 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach's.....	43
Tabel 8 Uji Reliabilitas Variabel X.....	44
Tabel 9 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	44
Tabel 10 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai.....	45
Tabel 11 Waktu Penelitian.....	48
Tabel 12 Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 13 Usia Responden.....	52
Tabel 14 Pekerjaan Responden.....	52
Tabel 15 Pendapatan Responden.....	53
Tabel 16 Pernyataan X1.....	54
Tabel 17 Pernyataan X2.....	54
Tabel 18 Pernyataan X3.....	55
Tabel 19 Pernyataan X4.....	55
Tabel 20 Pernyataan X5.....	56
Tabel 21 Pernyataan X6.....	56
Tabel 22 Pernyataan X7.....	57
Tabel 23 Pernyataan X8.....	57
Tabel 24 Pernyataan X9.....	58
Tabel 25 Pernyataan X10.....	58
Tabel 26 Pernyataan X11.....	59
Tabel 27 Pernyataan X12.....	59
Tabel 28 Pernyataan X13.....	60
Tabel 29 Pernyataan X14.....	60
Tabel 30 Pernyataan X15.....	61
Tabel 31 Pernyataan X16.....	61
Tabel 32 Pernyataan Y1.....	62
Tabel 33 Pernyataan Y2.....	63
Tabel 34 Pernyataan Y3.....	63
Tabel 35 Pernyataan Y4.....	64
Tabel 36 Pernyataan Y5.....	64
Tabel 37 Pernyataan Y6.....	65

Tabel 38 Pernyataan Y7.....	65
Tabel 39 Pernyataan Y8.....	66
Tabel 40 Pernyataan Y9.....	66
Tabel 41 Pernyataan Y10.....	67
Tabel 42 Pernyataan Y11.....	67
Tabel 43 Pernyataan Y12.....	68
Tabel 44 Pernyataan Y13.....	68
Tabel 45 Pernyataan Y14.....	69
Tabel 46 Pernyataan Y15.....	69
Tabel 47 Pernyataan Y16.....	70
Tabel 48 Analisis Hasil Uji Korelasi.....	70
Tabel 49 Analisis Hasil Uji Regresi.....	71
Tabel 50 Analisis Hasil Uji Determinasi.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Penetrasi Ponsel Pintar Di Indonesia.....	2
Gambar 2 Data Penguasa <i>Smartphone</i> di Indonesia Pada Q2 2021.....	2
Gambar 3 Platform Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan	5
Gambar 4 Data Pengguna Instagram di Indonesia.....	6
Gambar 5 Komentar <i>Online Review</i> Dari Para Konsumen Di Instagram.....	8
Gambar 6 Kerangka Berpikir.....	29
Gambar 7 Logo Xiaomi.....	49
Gambar 8 Logo Erafone.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 A2-A5.....	85
Lampiran 2 Kuesioner.....	86
Lampiran 3 Data Variabel X (<i>Electronic Word of Mouth</i>).....	92
Lampiran 4 Data Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	93
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	94
Lampiran 6 Hasil Analisis Uji-Uji.....	96
Lampiran 7 Turnitin.....	97
Daftar Riwayat Hidup.....	