

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH, INFLUENCER*  
*MARKETING* DAN PERSEPSI HARGA DALAM *DIGITAL MARKETING*  
TERHADAP *BUYING DECISION* PADA BELANJA ONLINE SHOPEE**

**(Studi pada Mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan)**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



**SITI QOMARIYAH**

**2016.69.1000.49**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2020**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth, Influencer Marketing* Dan  
Persepsi Harga Dalam Digital Marketing Terhadap *Buying Decision*  
Pada Belanja Online Shopee (Studi pada Mahasiswa  
Universitas Yudharta Pasuruan)

Disusun Oleh : Siti Qomariyah

NIM : 201669100049

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

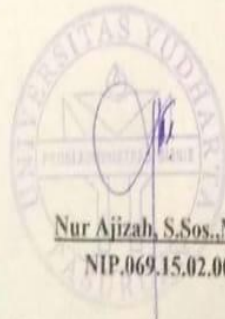
Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

di depan tim penguji

Pasuruan, 22 Agustus 2020

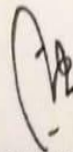
Menyetujui

Kaprodi,



Nur Ajizah, S.Sos., M.AB  
NIP.069.15.02.001

Pembimbing,



Dr. H. A. Kholid Murtadlo, SE., ME  
NIK. NIDN. 069.02.03.006

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA  
PASURUAN, PADA :

HARI : SABTU

TANGGAL : 22 AGUSTUS 2020

JAM : 10.00 WIB

JUDUL : PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,  
*INFLUENCER MARKETING*, DAN PERSEPSI HARGA  
DALAM DIGITAL MARKETING TERHADAP *BUYING*  
*DECISION* PADA BELANJA ONLINE SHOPEE (STUDI  
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS YUDHARTA  
PASURUAN)

DINYATAKAN LULUS

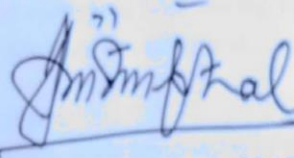
MAJELIS PENGUJI,

KETUA



Nuraeni, S.Sos., M.AB  
NIP.069.02.03.005


ANGGOTA



Drs. Eko Agus Alfianto, M.AB  
NIP.069.04.03.012

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik  
Universitas Yudharta Pasuruan



Ayu Urwatal Wusko, S.Sos., M.AB  
NIP.Y.069.11.03.037

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Yang utama dari segalanya..

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala karuna yang Kau berikan akhirnya skripsi sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kehariban Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada semua orang yang sangat aku kasihi dan sayangi

### **Bapak dan Mak Tercinta**

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih sehingga dapat menyelesaikan karya kecil ini. Terima kasih telah memberikan kasih dan sayang, dukungan serta nasihat yang diberikan yang tidak mungkin terbalas hanya dengan selebar kata dan persembahan ini. Semoga akan menjadi langkah awal untuk membuat mama dan ayah bahagia. Aamiin..

### **Romo Kyai Sholeh dan Bu Nyai**

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih sehingga dapat menyelesaikan karya kecil ini. Dan terima kasih telah memberikan doa dan keberkahan ilmunya yang tidak bisa dibalaskan oleh apapun. Dan terima kasih sudah menjadi guru di dunia dan akhirat bagiku

### **Mas Terbaek**

Untuk adek, tiada hal yang menyenangkan saat kumpul akur bersama walau sering bertengkar, tetapi hal itu selalu memberikan warna yang tidak bisa digantikan dengan hal apapun. Terima kasih atas dukungan dan nasehatnya..

### **Keluarga Tercinta**

Terima kasih sudah menjadi keluarga yang baik, selalu mendampingi dan memotivasi untuk menyelesaikan karya sederhana ini. Terima kasih juga atas doa dan nasehat kalian yang selalu menghiasi kehidupan perkuliahan..

### **Dosen Pembimbing**

Bapak Dr. H. A. Kholid Murtadlo, SE.,ME terimakasih atas waktu dan tenaga yang diberikan untuk membimbing kami serta untuk selalu bersedia kami repotkan selama ini.

### **Teman-teman Seperjuangan “GO Business 2016”**

Terima kasih atas warna-warni kehidupan perkuliahan yang kalian lukis selama ini. Tetap berjuang dan selalu semangat kawan-kawan. Kehidupan yang sesungguhnya akan dimulai. Doaku selalu menyertai kalian..

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SITI QOMARIYAH  
NIM : 2016.69.10.0049  
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul : Pengaruh *electronic word of mouth, influencer marketing*,  
dan persepsi harga dalam digital marketing terhadap  
*buying decision* pada belanja online Shopee (studi pada  
mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan karya tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 22 Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan

  
METERAI  
TANPAPEL  
TDB&AAHF593725119  
6000  
ENAM RIBURUPAH

**Siti Qomariyah**  
NIM. 201669100049

## MOTTO

**Orep kuwi ojek digawe SOMBONG !!!  
tapi conto en uripe tukang parkir,  
masio duwe mobil wakeh  
tapi dekne sadar lek kabeh iku  
amung titipan**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *electronic word of mouth*, *influencer marketing*, dan persepsi harga dalam *digital marketing* terhadap *buying decision* pada belanja online. Penentuan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan adalah 96 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Secara parsial *electronic word of mouth*, *Influencer marketing* dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap *buying decision*. Dan Secara simultan *Electronic word of mouth*, *influencer marketing*, dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap *buying decision*.

Kata Kunci: *Electronic word of mouth*, *influencer marketing*, persepsi harga, dan *buying decision*

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the extent of the influence of electronic word of mouth, influencer marketing, and price perceptions in digital marketing on purchasing decisions on online shopping Shopee. Determination with purposive sampling technique. The technique of using data using a questionnaire. The sample used was 96 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis. Partially electronic word of mouth, influencer marketing and price perceptions have a significant effect on purchasing decisions. And simultaneously Electronic word of mouth, influencer marketing, and price perception have a significant effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Electronic word of mouth, influencer marketing, price perception, and purchasing decision*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, INFLUENCER MARKETING DAN PERSEPSI HARGA DALAM DIGITAL MARKETING TERHADAP BUYING DECISION PADA BELANJA ONLINE SHOPEE”** Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan Skripsi pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Yudharta Pasuruan.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. A. Kholid Murtadlo, SE.,ME selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
2. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Dr. H. A. Kholid Murtadlo, SE.,ME selaku Dosen Pembimbing yang telah yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan proposal skripsi ini.

5. Seluruh Dosen pengajar Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Keluarga tercinta yang telah memberikan do'a, semangat dan motivasi yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh teman mahasiswa angkatan 2016 yang telah banyak membantu penulis dan memberikan dukungan dalam menyusun skripsi hingga selesai.
8. Semua pihak yang telah membantu terselesainya proposal skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharap saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhir laporan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang bisnis dan penerapan dilapangan bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Pasuruan, 22 Agustus 2020

Penulis

Siti Qomariyah

## DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN .....	i
DAFTAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
TANDA PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	v
MOTTO .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Teoritik .....	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian .....	34

3.2 Lokasi Penelitian .....	35
3.3 Variabel dan Pengukuran .....	35
3.4 Definisi Operasional.....	35
3.5 Populasi dan Sampel .....	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.7 Teknik Analisis.....	48
3.8 Uji Instrumen.....	48
3.9 Uji Asumsi Klasik .....	50
3.10 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	55
4.2 Gambaran Umum Responden .....	57
4.3 Deskriptif Frekuensi Variabel .....	60
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	72
4.6 Hasil Analisis Linier Berganda .....	77
4.7 Koefisien Determinan (Adjust R <sup>2</sup> ).....	84
4.8 Pembahasan dan Hasil.....	84
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>CURRICULUM VITE .....</b>	<b>108</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pengertian <i>Electronoc Word Of Mouth</i> .....	10
Tabel 2.2 Pengertian <i>Influencer Marketing</i> .....	13
Tabel 2.3 Pengertian Persepsi Harga .....	16
Tabel 2.4 Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
Tabel 2.5 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Skala Likert.....	36
Table 3.2 Definisi Operasional Variabel Dependen dan Variabel Independen .....	40
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden X1 .....	61
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Influencer Marketing</i> .....	63
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	65
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Buying Decision</i> .....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas X1 .....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas .....	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	77
Tabel 4.17 Hasil Analisis Linier Berganda.....	78
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis X1 .....	80
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis X2 .....	81
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis X3 .....	82
Tabel 4.20 Hasil Uji F (Simultan).....	83
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinan (Adjusted R2).....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Hipotesis.....	32
---------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner .....	96
Lampiran 2 : Uji Validitas.....	99
Lampiran 3 : Uji Reliabilitas.....	102
Lampiran 4 : Uji Normalitas .....	103
Lampiran 5 : Uji Linieritas.....	104
Lampiran 6 : Uji Heteroskedastisitas .....	105
Lampiran 7 : Uji Multikolinearitas .....	105
Lampiran 8 : Uji Hipotesis (Uji T).....	106
Lampiran 9 : Uji Hipotesis (Uji F).....	106
Lampiran 10 : Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	106
Lampiran 11 : Gambar Logo Shopee .....	107
Lampiran 12 : Hasil Dokumentasi .....	107