

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* PADA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ETHNIC FASHION* PRODUK
“IWEARDOREMI”**

SKRIPSI



Fazira

No. Mhs. 111901429

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2024

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* PADA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ETHNIC FASHION* PRODUK
“IWEARDOREMI”**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
Untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen**



Fazira

No. Mhs. 111901429

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

***PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) PADA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ETHNIC FASHION PRODUK
“IWEARDOREMI”***

Diajukan oleh:

Fazira

No. Mhs. 111901429

Yogyakarta, 21 Desember 2023

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Hari Nurweni, Dra., M.M.

HALAMAN PENGESAHAN

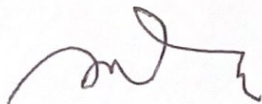
***PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) PADA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ETHNIC FASHION PRODUK
“IWEARDOREMI”***

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

tanggal: 5 Januari 2024

yang terdiri atas

Ketua



Nur Rokhman, S.E., M.Si

Anggota



Hari Nurweni, Dra., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh *electronic Word of Mouth*, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Ethnic Fashion* Produk Iweardoremi** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 5 Januari 2024 adalah hasil karya saya.

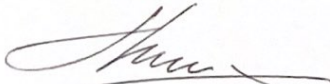
Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat tulisan orang lain yang saya ambil dengan menyalin atau meniru dalam bentuk gagasan atau pendapat dari penulis lain, yang seolah-olah saya akui sebagai tulisan sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik sengaja maupun tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka gelar sarjana dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

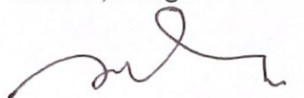
Yogyakarta, 5 Januari 2024
yang memberi pernyataan



Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji:


Hari Nurweni, Dra., M.M.

Saksi 2, sebagai ketua dosen penguji skripsi:


Nur Rokhman, S.E., M.Si

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT yang memberikan pertolongan, petunjuk, dan ridho sehingga penulis diberi kemudahan dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Terima kasih untuk seluruh pihak yang telah ikut serta dalam penyelesaian penyusunan skripsi. Oleh karenanya karya tulis ini penulis persembahkan untuk:

1. Mama dan Papa tersayang, serta seluruh keluarga yang selalu mendoakan, memberikan dukungan baik tenaga, finansial maupun kasih sayang. Selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya dan selalu memberikan nasihat serta doa kepada penulis.
2. Kakak tersayang Fazila yang selalu memberikan semangat, nasihat serta memberikan kritik dan saran kepada peneliti.
3. Kepada sahabat peneliti Febriyanti Rizka, Tiara Kania, Anisa Rahma, dan Ayu Dewi yang telah membersamai peneliti selama penyusunan skripsi dan selalu mendukung serta meluangkan waktu berjuang bersama dalam penulisan skripsi.
4. Kepada teman-teman seperjuangan yang selalu bersedia membantu dan bertukar pikiran untuk menyelesaikan skripsi ini.

MOTTO

“Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya dengan baik.”

(HR. Thabrani)

“Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil, tapi berusahalah menjadi manusia yang berguna.”

(Albert Einstein)

“Mustahil adalah bagi mereka yang tidak pernah mencoba”

(Jim Goodwin)

“Kesuksesan itu nggak kayak Indomie yang bisa dinikmati dengan proses instan.
Karena kesuksesan adalah anak dari ketekunan dan kesabaran”

(Alitt Susanto)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya tulis dengan baik. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth* pada Media Sosial Instagram, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Ethnic Fashion* Produk *Iwardoremi*”** disusun guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta. Skripsi ini dapat disusun berkat bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orangtua serta kakak yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun non moril dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Hari Nurweni, Dra., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya dengan tulus dan ikhlas memberikan bimbingan, masukan, serta arahan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Suparmono, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
4. Seluruh bapak dan ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Seluruh karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dalam kelancaran penyusunan skripsi kepada penulis.

6. Tsany selaku pemilik Iweardoremi yang selalu bersedia memberi info tentang bisnis dan produknya.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu serta responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

Demikian skripsi ini disusun, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan dan jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sangat diperlukan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi untuk semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 5 januari 2024

Fazira

ABSTRAK

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ETHNIC FASHION* PRODUK “IWEARDOREMI”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Ethnic Fashion* Produk Iweardoremi. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan menggunakan *google form*. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan *Non Probability Sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 105 responden. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Iweardoremi. Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, (2) Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, (3) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth*, Inovasi Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA, PRODUCT INNOVATION, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISION OF ETHNIC FASHION PRODUCTS "IWEARDOREMI"

This research aims to determine the influence of electronic word of mouth, product innovation and product quality on purchasing decisions for Iweardoremi ethnic fashion products. The data collection method uses a questionnaire distributed using Google Form. Sampling was carried out using Non Probability Sampling with purposive sampling technique. The number of samples in this study was 105 respondents. The population in this research are consumers who have purchased Iweardoremi products. In this research, the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this research show that (1) Electronic Word of Mouth has a positive effect on purchasing decisions, (2) Product Innovation has a positive effect on purchasing decisions, (3) Product Quality has a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Product Innovation, Product Quality, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Perumusan Hipotesis.....	21
C. Penelitian Terdahulu	24
D. Kerangka Penelitian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
A. Definisi Konsep	27
B. Definisi Operasional	28
C. Jenis Penelitian.....	31
D. Jenis dan Sumber Data.....	31
E. Populasi dan Sampel	32
F. Metode Pengambilan Data.....	33
G. Metode Analisis Data.....	34
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA.....	39
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	39
B. Analisis Data	44
C. Pembahasan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Skala Likert	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Goodness of Fit).....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 2. Tenun Top	41
Gambar 3. Tenun Scarf	41
Gambar 4. Lurik Outer.....	42
Gambar 5. Dara Outer	42
Gambar 6. Juwita Tunik.....	43
Gambar 7. Obi Belt	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. KUISIONER PENELITIAN	68
Lampiran 2. Karakteristik Responden	74
Lampiran 3. Hasil Rekapitulasi Data Responden	77
Lampiran 4. Hasil Rekapitulasi Data Responden	80
Lampiran 5. Hasil Rekapitulasi Data Responden	83
Lampiran 6. Hasil Rekapitulasi Data Responden	86
Lampiran 7. Uji Validitas.....	89
Lampiran 8. Uji Reliabilitas.....	96
Lampiran 9. Uji Normalitas	97
Lampiran 10. Uji Multikolinearitas	97
Lampiran 11. Uji Heteroskedastisitas	98
Lampiran 12. Uji Regresi Linear Berganda.....	98
Lampiran 13. Uji t.....	99
Lampiran 14. Uji F (Goodness of Fit).....	99
Lampiran 15. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	99