

**PENGARUH *ELECTRONIC-WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN *PRICE DISCOUNT*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
ONLINE ERIGO APPAREL**

**SKRIPSI**

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
(S.M)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo  
Global Mandiri



**Disusun Oleh :**

**M. Panca Prayoga**

**NPM.2020510059**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI  
FAKULTAS EKONOMI  
TAHUN 2024**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic-Word Of Mouth (E-Wom) Dan Price Discount* Terhadap Keputusan Pembelian Online Erigo Apparel  
Nama : M.Panca Prayoga  
NPM : 2020510059  
Program Studi : Manajemen  
Pembimbing I : Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA  
Pembimbing II : Mohammad Kurniawan DP, SE., M.Si  
Tanggal Ujian Skripsi : 26 Januari 2024

Palembang, 6 Januari 2024

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA  
NIDN. 0201077302

Pembimbing II,



Mohammad Kurniawan DP, SE., M.Si  
NIDN. 0202067802

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc  
NIDN. 0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI  


Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP  
NIDN. 0204128602

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

**Judul Skripsi** : Pengaruh *Electronic-Word Of Mouth (E-Wom) Dan Price Discount* Terhadap Keputusan Pembelian Online Erigo Apparel  
**Nama** : M.Panca Prayoga  
**NPM** : 2020510059  
**Program Studi** : Manajemen

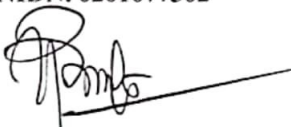
Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

**Ketua Penguji** :



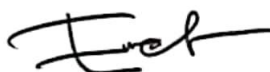
Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA  
NIDN. 0201077302

**Penguji I** :



Roswaty S.E., M., Si  
NIDN. 02119096301

**Penguji II** :



Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.CFP  
NIDN. 0204128602

Disahkan Oleh,

**Ketua Program Studi Manajemen**



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc  
NIDN. 0213109401

**Dekan Fakultas Ekonomi**

FAKULTAS EKONOMI



Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP  
NIDN. 0204128602

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : M. Panca Prayoga

NPM : 2020510059

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

- 1 Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
- 2 Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 6 Januari 2024



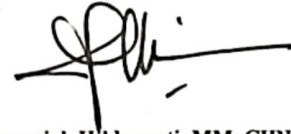
M. Panca Prayoga

NPM. 2020510059

**LEMBAR REVISI**

Nama : M .Panca Prayoga  
NPM : 2020510059  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic-Word Of Mouth (E-Wom) Dan Price Discount* Terhadap Keputusan Pembelian Online Erigo Apparel

**Ketua Penguji** :



**Dr. Siti Komariah Hidayanti, MM.,CIRR.,CLMA**  
**NIDN : 0201077302**

**Penguji I** :



**Roswaty S.E., M., Si**  
**NIDN : 02119096301**

**Penguji II** :



**Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.CFP**  
**NIDN : 0204128602**

**Palembang, 6 Januari 2024**  
**Ketua Program Studi Manajemen**



**Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc**  
**NIDN. 0213109401**

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Online Erigo Apparel”. Dalam penyusunan proposal skripsi ini penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Marzuki Alie, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Endah Dewi Purnamasari, S.E., M.M., CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Shafiera Lazuardi, S.E., M.Sc. CFP., AFA selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr.Siti Komariah Hildayanti, MM., CIRR., CLMA selaku dosen pembimbing pertama. Terimakasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran,dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Seluruh staf tata usaha, staf perpustakaan dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
8. Orang tua, Ayah dan Ibu tercinta serta keluarga, terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan dan doa di setiap keringat yang tak terhingga hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita.
9. Teman-teman Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen, terima kasih atas semua bantuannya dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Palembang, 12 September 2023  
Penyusun,

M Panca Prayoga  
NPM. 2020510159

## ABSTRAK

E-WOM dan Price Discount merupakan cara Promosi yang sudah dilakukan oleh Erigo Apparel. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh E-WOM dan Price Discount terhadap keputusan pembelian secara online. Penelitian dilakukan pada Konsumen Erigo Apparel di Kota Palembang. Jenis data pada Penelitian ini terdiri dari data kuantitatif dan kualitatif, berdasarkan sumbernya data dari penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

Populasi dalam penelitian ini semua pelanggan Erigo Apparel Kota Palembang. Sampel pada penelitian ini sebanyak 96 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Statistik Deskriptif dan Statistik Inferensial. Dalam penelitian ini dilakukan Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas dan Analisis Regresi Linear Berganda, yaitu Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F). Pengolahan data penelitian ini dibantu dengan program SPSS Versi 24.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel Electronic-Word of Mouth (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Online (Y) dengan t-hitung sebesar 3,776 lebih besar dari t-tabel 1,664. Variabel Price Discount (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Online (Y) dengan t-hitung sebesar 7,140 lebih besar dari t-tabel 1,664. Variabel E-WOM dan Price Discount secara simultan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai Uji F hitung sebesar 130,323 dimana nilai ini lebih besar dari F table sebesar 2,31. Koefisien korelasi R sebesar 0,859 sedangkan koefisien determinasi R<sup>2</sup> sebesar 73,1%.

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth* , *Price Discount* , Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*E-WOM and Price Discount are promotional methods that have been carried out by Erigo Apparel. The aim of this research is to analyze the influence of E-WOM and Price Discount on online purchasing decisions. Research was conducted on Erigo Apparel consumers in Palembang City. The types of data in this research consist of quantitative and qualitative data, based on the source, the data from this research includes primary data and secondary data. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires, observation and documentation.*

*The population in this study were all customers of Erigo Apparel, Palembang City. The sample in this study was 96 respondents. The analysis techniques used are Descriptive Statistics and Inferential Statistics. In this research, the Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedoticity Test and Multiple Linear Regression Analysis were carried out, namely Hypothesis Testing (T Test and F Test). Processing of this research data was assisted by the SPSS Version 24 program.*

*The results of partial hypothesis testing (t test) show that the Electronic-Word of Mouth variable (X1) has a positive and significant influence on the Online Purchasing Decision variable (Y) with a t-count of 3.776 which is greater than the t-table of 1.664. Price Discount Variable (X2) also has a positive and significant effect on the Online Purchasing Decision variable (Y) with a t-count of 7.140 which is greater than the t-table of 1.664. The variables E-WOM and Price Discount simultaneously have a positive and significant effect with a calculated F Test value of 130.323, where this value is greater than the F table of 2.31. The correlation coefficient R is 0.859 while the coefficient of determination R<sup>2</sup> is 73.1%..*

**Keywords:** *Electronic Word of Mouth, Price Discount, Purchase Decision*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR REVISI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	
2.1 Studi Kepustakaan .....	9
2.2 Landasan Teori .....	9
2.3 Penelitian Terdahulu .....	20
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
2.5 Hipotesis .....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	25

3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4 Populasi dan Sampel.....	27
3.5 Teknik Analisis .....	28
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
<b>BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	36
4.1.1 Karakteristik Responden .....	36
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	37
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	39
4.2 Pembahasan .....	40
4.2.2 Uji Kualitas Data.....	40
4.2.2.1 Uji Validitas Data.....	40
4.2.2.2 Uji Realibilitas Data.....	42
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	42
4.2.3.2 Uji Multikolieritas .....	44
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	45
4.2.4 Analisis Linear Berganda .....	46
4.2.5 Uji Hipotesis .....	47
4.2.5.1 Uji Parsial (Uji t).....	47
4.2.5.2 Uji Simultan (Uji F).....	48
4.2.6 Analisis Koefisien Korelasi .....	49
4.2.6 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan .....	54
5.2 Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Merek Lokal Recommended .....	5
Tabel 2. Definisi Operasional .....	32
Tabel 3. <i>Rating Scale</i> .....	34
Tabel 4.1 Data Perolehan Penyebaran Kuesioner.....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Jenjang Pendidikan .....	39
Tabel 4.5 Pertanyaan Berdasarkan Indikator Pada Tiap Variabel .....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas .....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas.....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolineritas.....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna Media Sosial .....	5
Gambar 2. Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan.....	17
Gambar 3. Kerangka Pemikiran .....	24
Gambar 4.1 Logo Erigo.....	35
Gambar 4.2 Lokasi Erigo Store .....	35
Gambar 4.3 Grafik Kalangan Usia.....	37
Gambar 4.4 Grafik Jenis Kelamin.....	38
Gambar 4.5 Grafik Tingkat Pendidikan .....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan .....	73
Lampiran 2. Hasil Kuesioner .....	78
Lampiran 3. Tabel Statistik .....	87
Lampiran 4. Distribusi Nilai Tabel .....	88
Lampiran 5. Tabel Distribusi Nilai Tabel.....	89
Lampiran 6. Tabel Uji Validitas, Realibilitas, dan Asumsi Klasik .....	90
Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi, Koefisien Korelasi, Uji Parsial (Uji t) dan Uji Simultan (Uji F) .....	95

