

**PENGARUH HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MEDIA SOSIAL
TWITTER (STUDI PADA PENGIKUT @FOODFESS2)**

SKRIPSI

**OLEH
NOOR ANISA AMELIA**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2023 M/1444 H**

**PENGARUH HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MEDIA SOSIAL
TWITTER (STUDI PADA PENGIKUT @FOODFESS2)**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi**

Oleh:

**Noor Anisa Amelia
190105010091**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2023 M/1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Noor Anisa Amelia
NIM : 190105010091
Tempat/Tgl. Lahir : Landasan Ulin Barat, 06 November 2001
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 12 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Noor Anisa Amelia

PERSETUJUAN

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Harga dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di Media Sosial Twitter (Studi pada Pengikut @FOODFESS2)

Ditulis oleh : Noor Anisa Amelia
NIM : 190105010091
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2022/2023
Tempat dan Tanggal Lahir : Landasan Ulin Barat, 06 November 2001
Alamat : Jl. A. Yani Km.19.200 Gg. Sejahtera Kecamatan Liang Anggang Kota Banjarbaru

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

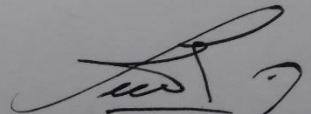
Banjarmasin, 17 Mei 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

Dosen Pembimbing I


Ketua Faridah, S.E., M.M
NIP. 19780427 200901 2010


Dr. Syaugi, S. Ag., MA
NIP. 19700206 200003 1 002

PENGESAHAN

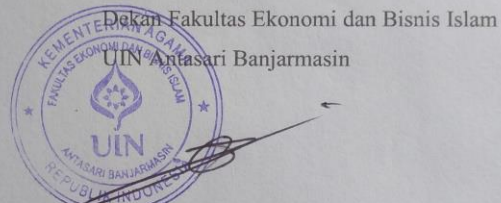
PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di Media Sosial Twitter (Studi pada Pengikut @FOODFESS2)”, ditulis oleh Noor Anisa Amelia, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 04 Juli 2023

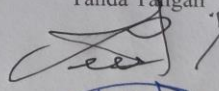
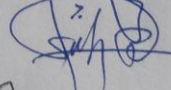

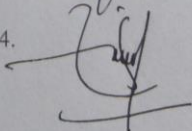
Dinyatakan LULUS dengan predikat: A



Dr. H. Sukarni, M.Ag.

NIP.196304171991021001

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Syaugi, S. Ag., MA. (Ketua)	1. 
2. H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.Si. (Anggota)	2. 
3. Muhammad Saleh, SIP., M.A. (Anggota)	3. 
4. Muhammad Qamaruddin, M.E. (Anggota)	4. 

ABSTRAK

Noor Anisa Amelia. 2023. *Pengaruh Harga dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Media Sosial Twitter (Studi pada Pengikut @FOODFESS2)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Syaugi.

Kata Kunci: Harga, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian, Twitter.

Penelitian ini dilatarbelakangi maraknya fenomena memosting di media sosial seperti kegiatan yang dilakukan, kunjungan lokasi, dan memosting makanan dan minuman sebelum dikonsumsi. Tujuan penelitian untuk menguji pengaruh harga dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian di media sosial Twitter.

Jenis penelitian yaitu penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian yakni pengikut akun @FOODFESS2 yang pernah melakukan pembelian setelah melihat *mention confess* di akun tersebut. Teknik penentuan sampel ialah *purposive sampling* dengan 97 responden. Kuesioner dipilih untuk mengumpulkan data melalui analisis regresi berganda SPSS 26.

Hasil pengujian variabel harga terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh positif secara parsial, diamati melalui uji t dengan nilai sig ($0.005 < 0.05$). Hasil pengujian variabel *electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif secara parsial, diamati melalui uji t dengan nilai sig ($0.002 < 0.05$). Hasil pengujian variabel harga dan *electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara simultan, dilihat melalui nilai uji f dengan sig ($0.000 < 0.05$).

MOTTO

“Apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”

Umar bin Khattab

“Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh Allah mencintai orang-orang yang bertawakal”

Q.S Ali Imran: 159

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memudahkan segala urusan saya sepanjang masa pengerjaan penelitian ini.

Saya persembahkan karya tulis sederhana ini

Kepada kedua orang tua saya Ayahanda Rahmat Hidayat dan Ibunda Mursidah yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan tiada henti hingga saya sampai ada di titik ini.

Kepada kakak Rahmat Riduan dan adik saya Nadiya Maulida Husna yang juga turut memberikan dukungan moril.

Kepada teman-teman kuliah seperjuangan angkatan 2019, teman-teman organisasi, serta teman-teman *online* yang ada di Twitter yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini.

And last but not least, "I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hardwork. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive. I wanna thank me for trying to do more right than wrong. I wanna thank me for just being me at all times."

Terima Kasih.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta'	t	te
ث	sa'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	ḥa'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	we
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	ya'	y	ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبر	ditulis	<i>mutakabbir</i>
القدوس	ditulis	<i>al-qudūs</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	ditulis	<i>jāmi'ah</i>
مكتبة	ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	ditulis	<i>al-maktabah al-jamīlah</i>
-----------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal pendek

◌َ	fathah	ditulis	a
◌ِ	kasrah	ditulis	i
◌ُ	dammah	ditulis	u
شكر	fathah	ditulis	syakara
قرأ	kasrah	ditulis	quri'a
ينطق	dammah	ditulis	yanṭiqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	\bar{a} <i>kāmilah</i>
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	\bar{a} <i>ṣallā</i>
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	\bar{i} <i>syadīd</i>
4	dammah + wawu mati صدر	ditulis ditulis	\bar{u} <i>ṣudūr</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	ai <i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati و فرعون ذي الأوتاد	ditulis ditulis	au <i>wa fir'auna ḏi al-autād</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ أَشَدُّ خُلُقًا	ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الكتاب	ditulis	<i>al-kitāb</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبح	ditulis	<i>aṣ-ṣubḥu</i>
الساهرة	ditulis	<i>as-sāhirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	ditulis	<i>birru al-wālidaini</i>
إذا الشمس	ditulis	<i>Iḏa asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di Media Sosial Twitter (Studi pada Pengikut @FOODFESS2)”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mujiburrahman Azhari, MHI., selaku Rektor UIN Antasari Banjarmasin.
2. Dr. H. Sukarni, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Rohana Faridah, SE., MM., dan Muhammad Qamaruddin, M.E., selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

4. Dr. Syaugi, S.Ag., M.A., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Ibu dan Ayahku terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah kulupakan.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Aamiin.

Banjarmasin, 12 Mei 2023

Penulis,



Noor Anisa Amelia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Definisi Operasional/Batasan Istilah.....	10
F. Penelitian Terdahulu	11
G. Kerangka Pemikiran.....	14
H. Hipotesis Penelitian	15
I. Sistematika Pembahasan	16
BAB II KEPUTUSAN PEMBELIAN, HARGA, DAN <i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH</i>	17
A. Keputusan Pembelian.....	17
B. Harga dalam Keputusan Pembelian	23
C. <i>Electronic Word of Mouth</i> dalam Keputusan Pembelian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	34
B. Lokasi Penelitian.....	34

C. Subjek dan Objek Penelitian	35
D. Populasi dan Sampel	35
E. Jenis Data dan Sumber Data	37
F. Metode Pengumpulan Data.....	38
G. Skala Pengukuran Variabel.....	39
H. Instrumen Penelitian	39
I. Variabel Penelitian.....	41
J. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN.....	47
A. Penyajian Data	47
B. Analisis Data.....	62
BAB V PENUTUP.....	68
A. Simpulan	68
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	75
RIWAYAT HIDUP	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.1 Model Multi-Atribut	21
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	40
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
Tabel 4.8 Hasil Uji t.....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peningkatan Jumlah Pengguna Internet di Dunia	1
Gambar 1.2 Platform Media Sosial yang Sering digunakan di Indonesia	4
Gambar 1.3 Cara Mengirim Menfess ke Akun Autobase @FOODFESS2	6
Gambar 1.4 Menfess dari Akun Autobase @FOODFESS2	8
Gambar 1.5 Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 4.1 Akun Twitter @FOODFESS2	47
Gambar 4.2 Menfess dan komentar dari akun @FOODFESS2.....	48
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	51
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	54
Gambar 4.7 Hasil Uji Heterokedastisitas	56