

FENOMENA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN PENGARUH *PEER INFLUENCE* PADA GENERASI MILENIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM)

(Studi pada pengguna TIKTOK SHOP)

THE PHENOMENON OF SOCIAL MEDIA USE AND THE INFLUENCE OF PEER INFLUENCE IN THE MILLENNIAL GENERATION ON PURCHASE DECISIONS VIA ELECTRONIC WORD OF MOUTH

(E-WOM)

(study on TikTok shop users)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



DISUSUN OLEH:

LOLA ANGGRAENI AS

20200410011

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Lola Anggraeni As

Nomor Mahasiswa : 20200410011

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul:” **FENOMENA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN PENGARUH PEER INFLUENCE PADA GENERASI MILENIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI ELEKTRONIK WORD OF MOUTH (E-WOM)**

(Studi pada pengguna TIKTOK SHOP)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 12 Oktober 2023


Lola Anggraeni As

MOTTO

“Penelitian ini seperti mencari jarum dalam tumpukan Data, tapi kita akan menemukannya.

“Apa yang di langit dan di bumi selalu meminta kepadanya. Setiap waktu dia dalam kesibukan” (Q.S Ar-Rahman :29)

PERSEMBAHAN

Proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Ayah dan Ibu yang selalu support dan berdoa dengan penuh cinta, keikhlasan, kesabarannya sampai akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi sebagai tanda selsainya masa studi S1 di perguruan tinggi.
2. Kepada sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan serta bantuan kepada penulis dalam hal apapun. Terimakasih kepada sahabat-sahabat ku yang sudah menjadi *support system* terdepan dalam menyelesaikan studi dalam membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Terimakasih kepada semua pihak yang telah turut adil terlibat dalam membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Fenomena Penggunaan Media Sosial dan Pengaruh Teman Sebaya pada Generasi Milenial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui e-WOM (Studi Kasus TikTok Shop)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan para pengguna media sosial pada generasi milenial dengan mudah mengambil keputusan pembelian yang melalui e-WOM dan dapat memberikan masukan pada penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Prof. Rizal Yaya S.E. M.Sc. Ph.D. Ak CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Ibu Hasnah Rimiati, SE., M.Si yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan membimbing selama proses penyelesaian karya tulis.

4. Ayah dan ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu kriti, kasar, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 12 Oktober 2023

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	2
MOTTO	3
PERSEMBAHAN.....	4
INTISARI.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR GAMBAR	9
DAFTAR TABEL.....	10
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pernyataan Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Landasan Teori	14
B. Temuan Riset Terdahulu	17
C. Hipotesis penelitian.....	30
D. Model Penelitian.....	40
BAB III	42
METODE PENELITIAN.....	42
A. Objek dan Subjek Penelitian	42
B. Jenis data	42
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	43
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Definisi Oprasional Variabel.....	46
F. Uji Kualitas Instrumen	50

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	51
BAB IV.....	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBEHASAN	58
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	58
B. Uji Kualitas Instrumen	64
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	70
D. Pengujian Hipotesis	83
E. Pembahasan	88
BAB V.....	93
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	93
A. Simpulan.....	93
B. Keterbatasan Penelitian	94
C. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik pengguna tiktok.....	8
Gambar 2. 1 Model penelitian.....	40
Gambar 4. 1 Diagram Jalur SEM.....	72
Gambar 4. 2 Model Structural.....	72
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalonobis Distance.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Temuan Riset terdahulu	17
Tabel 2. 2 Riset terdahulu	31
Tabel 2. 3 Riset terdahulu	33
Tabel 2. 4 Riset terdahulu	34
Tabel 2. 5 Riset terdahulu	36
Tabel 2. 6 Riset Terdahulu	37
Tabel 2. 7 Riset Terdahulu	39
Tabel 2.8 RisetTerdahulu.....	39
Tabel 3. 1 Skala Likert 5	46
Tabel 3. 2 Definisi Oprasional Variabel.....	47
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	60
Tabel 4. 3Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	61
Tabel 4. 5 Data Responden Berdarakan Usia.....	62
Tabel 4. 6 Data Responden Berdasarkan Domisili	63
Tabel 4. 7 Data Responden Bedasarkan Pembelian.....	64
Tabel 4. 8 Uji validitas	65
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 10 Interpretasi Kelas Interval	67
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Media Sosial.....	68
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Peer Influence</i>	68
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Variabel e-WOM	69
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4. 15 Uji Normalitas.....	74
Tabel 4. 16 Uji <i>Bootstrap</i>	75
Tabel 4. 17 Outliers Multivariate	77
Tabel 4. 18.....	80
Tabel 4. 19 Menilai <i>Gooness-of-Fit</i>	81
Tabel 4. 20 Hubungan Antar Variabel	83
Tabel 4. 21 Hasil Uji Standardized Direct effect	84
Tabel 4. 22Hasil Uji Standardized Indirect effect.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	106
Lampiran 3 Data Kriteria Responden.....	114
Lampiran 4 Gambar diagram jalur SEM.....	116
Lampiran 5 Uji Validitas.....	117
Lampiran 6 Uji Reliabilitas.....	118
Lampiran 7 Uji Statistik Deskriptif.....	119
Lampiran 8 Uji Normalitas.....	121
Lampiran 9 Uji Bootstrap.....	122
Lampiran 10 Uji Outliers.....	123
Lampiran 11 Degree of Freedom.....	126
Lampiran 12 Goodnes of Fit.....	127
Lampiran 13 Uji Hipotesis.....	128