

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-WOM SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA GENERASI MILENIAL**

(Studi pada Anak Panah Kopi Bizz Jogja)

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA AND REFERENCE GROUPS ON
PURCHASING DECISIONS THROUGH E-WOM AS A MEDIATING
VARIABEL IN MILLENNIALS***

(Study on Anak Panah Kopi Bizz Jogja)



Oleh:

MUHAMMAD RIZQI RAMADHANI

20190410081

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Rizqi Ramadhani

Nim : 20190410081

Menyatakan bahwa saya membuat skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Media Sosial dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian melalui e-WOM sebagai Variabel Mediasi pada Generasi Milenial belum ada yang pernah mengajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Perguruan Tinggi, serta sepanjang saya membuat karya tulis ini tidak terdapat Karya yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacuan serta didalam 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, 3 Maret 2023



Muhammad Rizqi Ramadhani

MOTTO

“Hidup yang tidak dipetaruhkan tidak akan pernah dimenangkan”

(Soetan Sjahrir)

“Semua yang sirna’kan kembali lagi, semua yang sirna ‘kan nanti terganti”

(Baskara Putra)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Muhammadiyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Yogyakarta, Program Studi Manajemen. Penulis mengakui bahwa ia telah menerima dukungan dan bantuan dari berbagai sumber selama proses pengerjaan dan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh perhatian dan ketelitian serta dorongan yang selalu mendorong saya untuk mengambil setiap langkah, saya persembahkan Skripsi ini kepada :

1. Teruntuk Ayahanda Bambang Pulanggeni dan Ibunda Ely Susana tercinta yang telah memberikan dukungan berupa material dan moril kepada saya selama menjalani masa perkuliahan ini.
2. Teman-teman saya selama perjalanan saya menyelesaikan studi S1 di UMY ini yang berbagi cerita selama bersama-sama menyelesaikan studi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatulahi Wabarakatuh

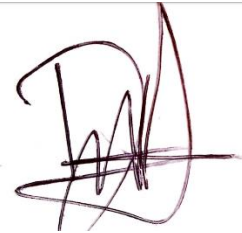
Segala puji hanya bagi Allah, Tuhan semesta alam, menerima semua pujian. Shalawat dan salam penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan orang-orang yang selalu istiqomah di jalannya hingga akhir zaman. Alhamdulillah penulis bisa menyelesaikan Skripsi yang berjudul : *Pengaruh Media Sosial dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian melalui e-WOM sebagai Variabel Mediasi pada Generasi Milenial (Studi pada Anak Panah Kopi Bizz Jogja)*. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam proses pengerjaan Skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat berjasa. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, Se. M. Si. selaku Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing saya yang sudah membimbing saya dalam proses pengerjaan skripsi ini dari awal hingga skripsi ini selesai.

4. Seluruh Dosen Prodi Manajemen, yang telah membantu dan mengajarkan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu, dan memberikan dukungan.

Semoga Allah selalu menunjukkan kepada kita rahmat-Nya dan memberi kita petunjuk-Nya. Karena penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikannya. Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi yang membacanya. Semoga Allah membantu dan meringankan usaha kita untuk senantiasa menyelidiki ilmu yang tak terbatas. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 3 Maret 2023

A handwritten signature in red ink, consisting of several loops and a horizontal line at the bottom.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teori	6
B. Hasil Penelitian Terdahulu	10
C. Pengembangan Hipotesis	18
D. Model Penelitian Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Subjek dan Objek Penelitian	26
B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
C. Jenis Data dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
D. Definisi Operasional Variabel.....	29
E. Uji Kualitas Instrumen	30
F. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek	36
B. Uji Kualitas Instrumen	41
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	47
D. Pengujian Hipotesis	58
E. Pembahasan	62

BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Keterbatasan Penelitian.....	68
C. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	40
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.6 Uji Validitas	41
Tabel 4.7 Uji Reabilitas.....	42
Tabel 4.8 Interpretasi Kelas Interval	44
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Media Sosial.....	44
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Kelompok Referensi.....	45
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel e-WOM	46
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.13 Uji Normalitas	50
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Outliners	52
Tabel 4.15 Notes for Model	55
Tabel 4.16 Menilai <i>Goodnes of Fit</i>	56
Tabel 4.17 Hubungan antar Variabel	58
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Standardized Direct Effect</i>	59
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Standardized Indirect Effect</i>	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	23
Gambar 4.1 Diagram Jalur SEM	47
Gambar 4.2 Model <i>Structural</i>	48
Gambar 4.2 Nilai Batas <i>Mahalonobis Distance</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	72
Lampiran 2. Tabulasi Data	79
Lampiran 3. Uji Validitas	84
Lampiran 4. Uji Reabilitas	85
Lampiran 5. Statistik Deskriptif	86
Lampiran 6. Uji Normalitas	88
Lampiran 7. Uji Outliers	89
Lampiran 8. <i>Degree of Freedom</i>	92
Lampiran 9. <i>Goodnes of Fit</i>	93
Lampiran 10. Uji Hipotesis	94