

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *ELECTRONIC WORD  
OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN NORU COFFEE BUKITTINGGI**

**SKRIPSI**



Oleh:

**NADYA MEISYA**  
**2010070530072**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH  
PADANG  
2024**

Nadya Meisya

**Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*  
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Noru Coffee Bukittinggi**

ix + 83 Halaman + 26 Tabel + 7 Gambar + 15 Lampiran

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Noru Coffee Bukittinggi. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus *lemeshow* sehingga didapat sampel sebanyak 96 orang.

Variabel *Social Media Marketing* memiliki nilai  $t_{hitung}$  4,910 dan nilai ( $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ ) dengan ( $df = n-k$ ,  $n =$  jumlah responden,  $k =$  jumlah variabel penelitian)  $df = 96-2 = 94$ , maka diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,910 > 1,661$  artinya  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Noru Coffee Bukittinggi. Variabel *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* memiliki nilai  $t_{hitung}$  4,710 dan nilai ( $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ ) dengan ( $df = n-k$ ,  $n =$  jumlah responden,  $k =$  jumlah variabel penelitian)  $df = 96-2 = 94$ , maka diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,710 > 1,661$  artinya  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Noru Coffee Bukittinggi.

Uji F diketahui bahwa nilai  $f_{hitung}$  30.560 dan  $f_{tabel}$  3,09 ( $f_{hitung} > f_{tabel}$ ) dan nilai signifikan sebesar ( $0,000 < 0,05$ ) yang artinya  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini dapat dikatakan bahwa *Social Media Marketing* dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Noru Coffee Bukittinggi. Dari penggabungan kedua variabel yang digunakan dapat disimpulkan ewom dan social media berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Artinya variabel *Social Media Marketing* dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* adalah 39,7%, sedangkan sisanya yaitu 60,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang berasal dari luar variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Social Media Marketing* dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*

Daftar bacaan : 50 (2010-2024)

## PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Noru Coffee Bukittinggi*

Nama : NADYA MEISYA

NPM : 2010070530072

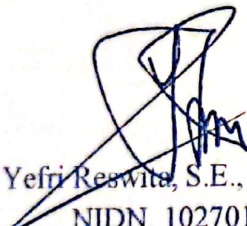
Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

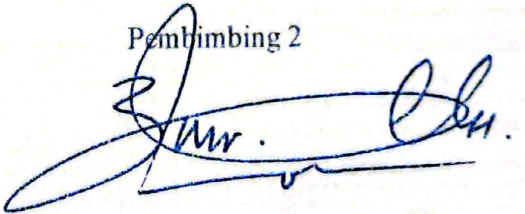
Skripsi ini telah diperiksa, disetujui dan telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan lulus pada 02 Agustus 2024.

## KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing 1

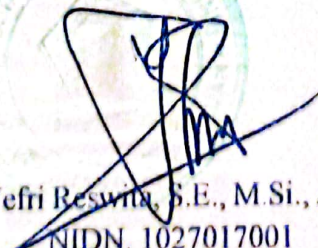
  
Yefri Reswita, S.E., M.Si., Akt  
NIDN. 1027017001

Pembimbing 2

  
Amrullah, S.E., M.Si  
NIDN. 101406201

Pengesahan

UNIVERSITAS BAITURRAHMAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
DEKAN

  
Yefri Reswita, S.E., M.Si., Akt  
NIDN. 1027017001

### PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Noru Coffee Bukittinggi*

Nama : NADYA MEISYA

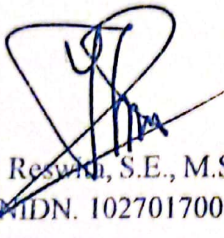
NPM : 2010070530072

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

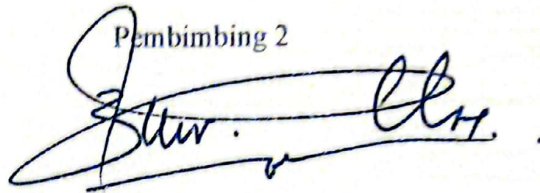
### KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing 1



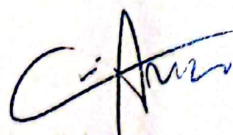
Yefri Reswidi, S.E., M.Si., Akt  
NIDN. 1027017001

Pembimbing 2



Amrullah, S.E., M.Si  
NIDN. 101406201

**Ketua Program Studi Manajemen**



Rina Febriani, S.E, M.Si  
NIDN. 1008028401

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Meisya  
NPM : 2010070530057  
Program Studi : Ekonomi dan Bisnis  
Peminatan : Manajemen  
Jenjang : Strata 1

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul: Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Noru Coffee Bukittinggi.

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padang, September 2024



Nadya Meisya

NPM. 2010070530072