

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
(Studi Pada Lembaga Kursus Language Center Kampung Inggris Kecamatan Pare  
Kabupaten Kediri)**

**SKRIPSI**

Ditulis Guna Memenuhi Persyaratan Dalam Pembuatan Skripsi Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

**OOJI FUTARI I**

**9313.137.18**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *SOCIAL MEDIA*  
*MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Lembaga Kursus *Language Center* Kampung Inggris  
Kecamatan Pare Kabupaten Kediri)**

Oleh:

**OOJI FUTARI I**

**9.313.137.18**

Disetujui Oleh :

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**



**Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI**

**NIP : 198109302009012008**



**H. Mohammad Bakir, M.Fil.I.**

**NIP : 197307131997031003**

NOTA DINAS

Kediri, 03 Juli 2024

Nomor :  
Lampiran : 4 (Empat) Berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth, Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Di

Jln. Sunan Ampel 07- Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama surat ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa :

Nama : Ooji Futari I

NIM : 931313718

Judul : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus *Language Center* Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapatan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian harap maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

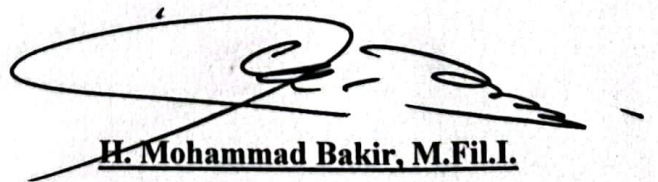
**Pembimbing I**



**Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI**

**NIP : 198109302009012008**

**Pembimbing II**



**H. Mohammad Bakir, M.Fil.I.**

**NIP : 197307131997031003**

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 03 Juli 2024

Nomor :  
Lampiran : 4 (Empat) Berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,  
Yth, Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Kediri

Di  
Jl. Sunan Ampel No. 07 - Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersamaan dengan ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa :

Nama : Ooji Futari I  
NIM : 931313718  
Judul : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan *Social Media Marketing*  
Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus *Language Center* Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal , kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian harap maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.  
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

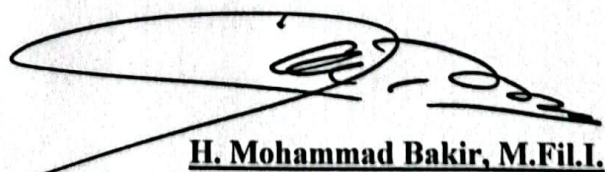
**Pembimbing I**



**Dr. Hi. Sulistyowati, SHI, MEI**

**NIP : 198109302009012008**

**Pembimbing II**



**H. Mohammad Bakir, M.Fil.I.**

**NIP : 197307131997031003**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *SOCIAL MEDIA*  
*MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN**

**(Studi Kasus Lembaga Kursus *Language Center* Kampung Inggris  
Kecamatan Pare Kabupaten Kediri)**

**OOJI FUTARI I**

**931313718**


Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
pada tanggal 30 April 2024

Tim Penguji

**1. Penguji Utama**

**Dr. Andriani, M.M**

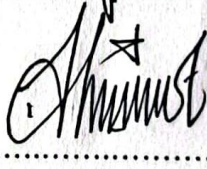
**NIP : 197301132003122001**

()

**2. Penguji I**

**Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI**

**NIP : 198109302009012008**

()

**3. Penguji II**

**Moch. Zainuddin, MEI**

**NIP : 198310302023211007**

()

Kediri, 03 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

**Drs. H. Imam Anas Muslihin, MHI**

**NIP. 197501011998031002**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Nama : OOJI FUTARI I  
NIM : 931313718  
Judul : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Lembaga Kursus *Language Center* Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri baik untuk naskah maupun penyajian data yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumber dengan jelas.

Demikian surat pernyataan ini saya tulis dan bisa dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kediri, 03 Juli 2024



Penulis

## HALAMAN MOTTO

إِنَّ رَبُّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ وَيَقْدِرُ إِنَّهُ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Tuhanmu melapangkan rezeki kepada siapa yang Dia kehendaki dan menyempitkannya; sesungguhnya Dia Maha Mengetahui lagi Maha Melihat akan hamba-hamban-Nya.”

(Q.S. Al Isra : 30)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji Allah SWT dengan kemurahan dan ridho-Nya skripsi ini dapat ditulis dengan baik dan lancar sampai selesai. Dengan ini akan kupersembahkan skripsi ini kepada:

- 1 Kedua orang tua penulis tercinta, Ayah Sudirlan dan Ibu Didik Miatin. Saudara saya kakak Viqi Susanti dan saudara kembar saya Ooji Futari II Yang telah memberi motivasi, nasehat, semangat dan dukungan serta mendoakan saya supaya bisa menyelesaikan studi S1. Kalian sangat berarti bagiku.
- 2 Dosen pembimbing saya Ibu Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI dan Bapak H. Mohammad Bakir, M.Fil.I. Yang senantiasa memberi bimbingan yang terbaik dalam penyusunan skripsi ini, yang telah sabar membimbing penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Jasamu takkan pernah kulupakan.
- 3 Dosen-dosen penulis yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman atau motivasi yang sangat berharga bagi penulis.
- 4 Partner penulis, Septyan Kukuh Wicahyo yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi dalam mengerjakan skripsi ini. Yang selalu memberi dorongan untuk berjuang dalam menyelesaikan studi ini.
- 5 Teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu menjadi tempat sambat, selalu membimbing, dan memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Teruntuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semuanya. Semoga skripsi ini dan ilmu yang kita dapatkan dapat bermanfaat serta kita senantiasa diberikan keberkahan dan kesuksesan. Aamiin.



## ABSTRAK

Ooji Futari I, 2024, Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Lembaga Kursus *Language Center* Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri), Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, Dosen Pembimbing (1) Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI dan (2) H. Mohammad Bakir, M.Fil.I.

Kata Kunci : *Elektronik Word Of Mouth*, *Social Media Marketing*, Keputusan Konsumen.

Keputusan konsumen mengacu pada proses pemilihan dari dua atau lebih opsi keputusan yang tersedia. Keberadaan beberapa alternatif yang seharusnya tersedia dan pengaruh keputusan pembelian dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Dalam rangka menentukan pilihan, konsumen harus mempertimbangkan dan memilih di antara beberapa alternatif yang ada. *Electronic word of mouth* merupakan salah satu faktor yang mendorong strategi pemasaran melalui media sosial, di mana pelanggan berbagi pandangan positif tentang produk kepada calon pelanggan lainnya melalui komunikasi pribadi. Namun, dalam situasi di mana tidak ada pilihan lain, tindakan yang dilakukan tanpa adanya alternatif tidak dapat dianggap sebagai pengambilan keputusan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan *social media marketing* terhadap keputusan konsumen pada Lembaga Kursus *Language Center* Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (*field reasearch*) dengan menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian data berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini semua anggota *Language Center* Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri periode Desember 2023 dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 88 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan SPSS 25.

Hasil penelitian ini diperoleh bahwa : (1) nilai uji korelasi bahwa variabel *electronic word of mouth* memiliki nilai korelasi sebesar 0.849 artinya tingkat keeratan hubungan antar variabel sangat kuat dan nilai korelasi bernilai positif. (2) nilai uji korelasi sebesar 0,615 dimana nilai tersebut diantara 0,6 sampai 0,799 maka dapat diartikan bahwa variabel *social media marketing* memiliki hubungan yang kuat terhadap variabel keputusan konsumen dan korelasi bersifat positif. (3) nilai korelasi sebesar 0.849 artinya tingkat keeratan hubungan antar variabel sangat kuat dan nilai korelasi bernilai positif. Untuk variabel *social media marketing* dimana untuk nilai korelasi sebesar 0,615 maka dapat diartikan bahwa variabel *social media marketing* memiliki hubungan yang kuat terhadap variabel keputusan konsumen dan korelasi bersifat positif. Maka menghasilkan adanya pengaruh pada variabel *electronic word of mouth* dan *social media marketing* terhadap keputusan konsumen Hasil pengujian dengan analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan  $Y=14,345 + 0,477X_1 + 0,223X_2$ . Bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square yaitu sebesar 0,813 atau sama dengan 81,3%.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunianya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Sehubungan dengan selesainya penulisan skripsi ini maka penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1 Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M. Ag. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Kediri.
- 2 Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M. HI. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri.
- 3 Ibu Nuril Hidayati, M. Hum. Selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah.
- 4 Ibu Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI dan Bapak H. Mohammad Bakir, M.Fil.I. Selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan pengarahan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
- 5 Kedua orang tua Ayah Sudirlan dan Ibu Didik Miatin beserta saudara saya Viqi Susanti dan Ooji Futari II yang sudah memberikan dukungan dan do'anya sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
- 6 Teman-teman mahasiswa/I IAIN Kediri seperjuangan yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 7 Semua pihak yang ikut dalam membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu dalam penulisan ini

Dengan penuh harap semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah SWT dan tercatat sebagai amal shalih. Akhirnya, karya ini penulis suguhkan kepada segenap pembaca, dengan harapan adanya kritik dan saran yang bersifat konstruktif demi perbaikan. Semoga karya ini bermanfaat dan mendapat ridha Allah SWT.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Hipotesis Penelitian.....	11
F. Penelitian Terdahulu .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>17</b>
A. Pemasaran .....	17
1. Pengertian Pemasaran.....	17
2. Manajemen pemasaran .....	17

B.	Komunikasi Pemasaran .....	18
1.	Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	18
2.	Bauran Komunikasi Pemasaran .....	18
3.	Model Komunikasi Pemasaran .....	19
C.	Perilaku Konsumen .....	20
1.	Pengertian Perilaku Konsumen .....	20
D.	<i>Elektronic Word Of Mouth</i> .....	23
1.	Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) .....	23
2.	Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) .....	25
E.	<i>Social Media Marketing</i> .....	27
1.	Pengertian <i>social media marketing</i> .....	27
2.	Indikator <i>Social Media Marketing</i> .....	28
F.	Keputusan Konsumen .....	29
1.	Pengertian Keputusan Konsumen .....	29
2.	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen .....	30
3.	Indikator Keputusan Konsumen .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>38</b>
A.	Rancangan Penelitian .....	38
B.	Definisi Operasional Variabel .....	38
C.	Lokasi Penelitian .....	41
D.	Populasi dan Sampel .....	41
E.	Sumber Data .....	43
F.	Teknik Pengumpulan Data .....	44
G.	Instrumen Penelitian .....	44
H.	Teknik Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>54</b>

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54
1. Kampung Inggris Pare, Kediri Jawa Timur.....	54
2. Language Center Kampung Inggris.....	54
3. Visi dan Misi Language Center Kampung Inggris.....	55
4. Logo Language Center Kampung Inggris .....	56
5. Fasilitas Language Center Kampung Inggris .....	56
B. Deskripsi Responden.....	56
C. Analisis Data .....	57
D. Analisis Deskriptif .....	60
E. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	65
F. Analisis Korelasi .....	68
G. Hasil Uji Hipotesis .....	68
H. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	72
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>74</b>
A. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Konsumen di Language Center Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri.....	74
B. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Konsumen di Language Center Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri .....	76
C. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> dan <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Konsumen di Language Center Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri .....	78
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Lembaga Kursus Bahasa Inggris Terbaik di Kampung Inggris Pare .....	3
Tabel 3. 1 Indikator Electronic Word Of Mouth.....	39
Tabel 3. 2 Indikator Social Media Marketing .....	40
Tabel 3. 3 Indikator Keputusan Konsumen.....	41
Tabel 3. 4 Bentuk Uji Hipotesis dan Hipotesis Null ( $H_0$ ) Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) .....	52
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Electronic Word Of Mouth ( $X_1$ ) .....	57
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Social Media Marketing ( $X_2$ ) ..	58
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Keputusan Konsumen ( $Y$ ) .....	58
Tabel 4. 5 Hasil Uji Realibilitas .....	59
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Electronic Word Of Mouth, Social Media Marketing, dan Keputusan Konsumen.....	60
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Electronic Word of Mouth ( $X_1$ ) .....	61
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel Social Media Marketing ( $X_2$ ) .....	62
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Konsumen ( $Y$ ) .....	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas .....	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	67
Tabel 4. 13 Uji Autokorelas Model Summary b .....	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi .....	68
Tabel 4. 15 Hasil uji korelasi .....	68
Tabel 4. 16 Uji T .....	69
Tabel 4. 17 Hasil Uji F .....	71
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	71
Tabel 4. 19 Koefisien Determinan Model Summary .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Diagram Persentase Masyarakat Dalam Mencari Informasi.....	6
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	21
Gambar 4. 1 Logo Langage Center .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	89
Lampiran 2 Tabulasi .....	93
Lampiran 3 Output SPSS .....	100
Lampiran 4 Izin Penelitian .....	117
Lampiran 5 Daftar Konsultasi Skripsi.....	118
Lampiran 6. Riwayat Hidup.....	120