

**PENGARUH *BUNDLING PRODUCT* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PRODUK SOMETHINC DI
E-COMMERCE
(Studi Pada Mahasiswi Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai

Sarjana S1 program Studi Manajemen



Oleh:

Astika Priasmara

192304006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH BUNDLING PRODUCT DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SOMETHINC DI E-COMMERCE

(Studi Pada Mahasiswi Daerah Istimewa Yogyakarta)

Diajukan Oleh:

ASTIKA PRIASMARA

192304006

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Sah Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen (S-1) di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Hari/Tanggal : Kamis, 10 Agustus 2023

Mengesahkan

Ketua Penguji

Pembimbing



Edhy Tri Cahyono, S.Si., M.M

NIDN: 0502026802

Anggota Penguji 1,



Murwani Eko Astuti, S.E., MBA,

NIDN 0506098101

Anggota Penguji 2,



Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc.

NIDN: 0519029002



Murwani Eko Astuti, S.E., MBA,

NIDN 0506098101

Mengetahui,

Ketua Prodi Manajemen



Murwani Eko Astuti, S.E., MBA,

NIP. 2018.13.0130

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta,

Nama : Astika Priasmara

NPM : 192304006

Program Studi : Manajemen (S-1)

Judul Skripsi : Pengaruh *Bundling Product* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Somethinc* Di *E-Commerce* (Studi Pada Mahasiswi Daerah Istimewa Yogyakarta)

Menyatakan bahwa hasil penelitian dengan judul tersebut di atas adalah asli karya saya sendiri dan bukan hasil plagiarisme. Semua referensi dan sumber terkait yang dikutip dalam karya ilmiah ini telah ditulis sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan ini, saya menyatakan untuk menyerahkan hak cipta penelitian kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta guna kepentingan ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak mana pun. Apabila terdapat kekeliruan atau ditemukan adanya pelanggaran akademik di kemudian hari, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai ketentuan akademik.

Yogyakarta, 10 Agustus 2023



(Astika Priasmara)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Bundling Product* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Something Di E-Commerce* (Studi Pada Mahasiswi Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Sebagai tugas akhir untuk memenuhi persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal AHCMAH YANI Yogyakarta sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada nabi besar Muhammaad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya yang membantu perjuangan beliau dalam menegakkan dinullah dimuka bumi ini.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit untuk menyusun proposal ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. rer.nat.apr. Triana Hertiani, S.Si., M.Si. selaku Rektor Universitas Jenderal AHCMAH YANI Yogyakarta.
2. Bapak Edhy Tri Cahyono, S.Si., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal AHCMAH YANI Yogyakarta.
3. Ibu Murwani Eko Astuti, S.E., MBA. Selaku Ketua Program Studi, dan pembimbing skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal AHCMAH YANI Yogyakarta.
4. Ibu Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc. selaku Pembimbing Akademik Studi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal AHCMAH YANI Yogyakarta.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal AHCMAH YANI Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Terima kasih kepada Ibu Marwati dan Bapak Zaenal Muttaqin yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat dalam menyelesaikan skripsi serta telah membiayai kuliah hingga selesai.

7. Terima kasih kepada sahabat-sahabat saya yaitu Kartika Rosiana, Ellen Citra Yusiana, Hurip Wiradinata, Muhammad Rizky Aldi, Nadia Suci Dewi, dan Siti Khodijah yang telah mendukung dan memberikan semangat dalam penulisan proposal ini.
8. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen angkatan 2019, yang telah membantu dan memberi masukan dalam penulisan proposal ini.
9. Terima kasih kepada seluruh responden yang telah berkenan dan meluangkan waktunya serta bersedia mengisi kuesioner penelitian ini, dan seluruh pihak yang telah terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis sangat berharap agar proposal ini memberikan banyak manfaat bagi para pembaca. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Untuk itu, penulis mengharapkan masukan, kritikan serta saran yang membangun dari semua pihak agar proposal ini bisa menjadi lebih baik.

Yogyakarta, 2023

Penulis

Astika Priasmara

NIM. 192304006

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Ruang Lingkup Dan Batasan Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Definisi Pemasaran	12
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3 <i>Bundling Product</i>	14
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i>	16
2.1.5 Keputusan Pembelian	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22

2.3	Kerangka Berpikir	27
2.4	Pengembangan Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		31
3.1	Desain Penelitian	31
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.3	Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
3.4	Populasi dan Sampel	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data	34
3.5.1	Kuesioner	34
3.5.2	Studi Literatur	35
3.6	Teknik Analisis Data	35
3.6.1	Uji Validitas	35
3.6.2	Uji Reliabilitas	36
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	36
3.6.4	Uji Kelayakan Model	37
3.6.5	Interpretasi Model Regresi Linier Berganda	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Deskripsi Data	40
4.1.1	Analisis Deskriptif Responden	40
4.1.2	Analisis Deskriptif	44
4.1.3	Hasil Uji Validitas	47
4.1.4	Hasil Uji Reliabilitas	48
4.1.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	49
4.2	Pengujian Hipotesis	53
4.2.1	Hasil Uji T	53

4.2.2 Hasil Uji F.....	54
4.2.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	55
4.3 Pembahasan	56
4.3.1 Pengaruh <i>bundling product</i> terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Somethinc	56
4.3.2 Pengaruh <i>elecetronic word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk somethinc	57
4.3.3 Pengaruh <i>bundling product</i> dan <i>electronic word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Somethinc.....	58
BAB V SIMPULAN	60
5.1 Simpulan.....	60
5.2 Rekomendasi	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
Tabel 3.3 Skala Likert	35
Tabel 4.1 Kategorisasi.....	44
Tabel 4.2 Deskripsi Statistik	44
Tabel 4.3 Distribusi responden variabel bundling product	45
Tabel 4.4 Distribusi responden variabel electronic word of mouth.....	46
Tabel 4.5 Distribusi variabel keputusan pembelian	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearisme	49
Tabel 4.9 Hasil uji heteroskedastisitas	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.11 Tabel Interpretasi model regresi linier berganda	51
Tabel 4.12 Hasil Uji-T	53
Tabel 4.13 Hasil Uji-F.....	54
Tabel 4.14 Tabel model summary.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aktivitas Masyarakat Menggunakan Internet	2
Gambar 1.2 Daftar Top 5 Brand Skincare	4
Gambar 1.3 Produk Pure Bundling Somethinc di E-commerce Shopee.....	5
Gambar 1.4 Produk Mix Bundling Somethinc di E-commerce Shopee	5
Gambar 1.5 Jumlah ulasan Produk Unggulan Somethinc Di E-commerce	6
Gambar 1.6 Ulasan Positif dan Negatif produk Somethinc	7
Gambar 1.7 Content produk Somethinc di E-commerce Shopee	7
Gambar 2.8 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.2 Data Besponden Berdasarkan Umur	41
Gambar 4.3 Data Besponden Berdasarkan Penghasilan.....	41
Gambar 4.4 Data Besponden Berdasarkan Produk Somethinc Yang dibeli	42
Gambar 4.3 Data Besponden Berdasarkan Ulasan	43

PERPUSTAKAAN
JENDERAL ACHMAD YANI
UNIVERSITAS YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	75
Lampiran 3 Hasil Analisis Data	84
Lampiran 4 Identitas Responden.....	87
Lampiran 5 Tabulasi Data.....	100
Lampiran 6 Tabel R	120
Lampiran 7 Tabel F.....	121
Lampiran 8 Tabel T.....	122
Lampiran 9 Deskriptif Statistik.....	123
Lampiran 10 Jadwal Penelitian	124
Lampiran 11 Lembar Bimbingan.....	125
Lampiran 12 Bebas Keuangan	126

PERPUSTAKAAN
JENDERAL ACHMAD YANI
UNIVERSITAS YOGYAKARTA