

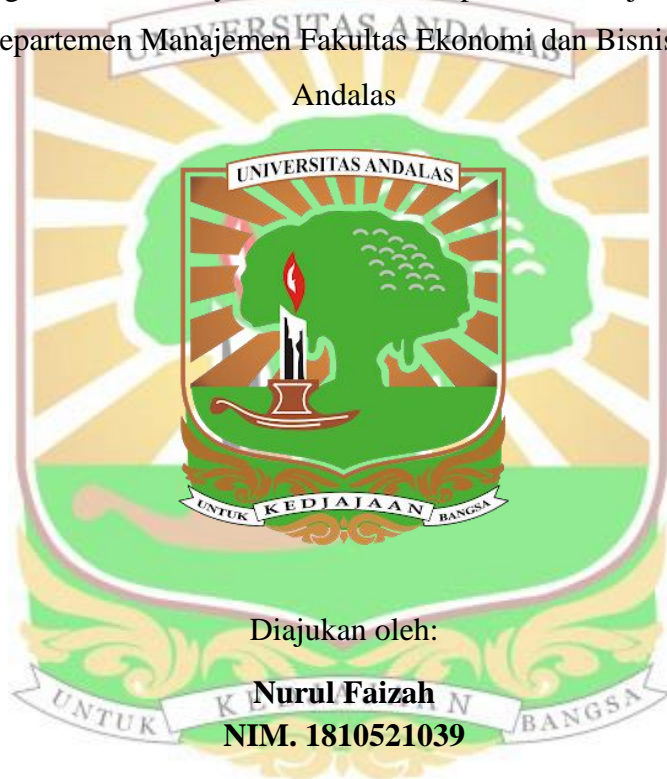
**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM , ELECTRONIC
WORD OF MOUTH, KELENGKAPAN PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
AKSESORIS**

(Survei pada Followers Account @aurell.shop)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Andalas



Diajukan oleh:

Nurul Faizah
NIM. 1810521039

Dosen Pembimbing:
Meuthia, S.E., M.Sc

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2022



No. Alumni Universitas	Nurul Faizah	No. Alumni Fakultas
------------------------	---------------------	---------------------

a) Tempat/Tgl Lahir : Solok/16 Januari 2001 b) Nama Orang Tua : Dasrial Afrido dan Dewi Oktavia c) Fakultas : Ekonomi d) Departemen : Manajemen e) No Bp :1810521039 f) Tanggal Lulus : 29 Juli 2022 g) Prediket Lulus: Dengan Pujian h) IPK : 3,79 i) Lama Studi : 3 Tahun 11 Bulan j) Alamat Orang Tua : Jl. Patimura No. 76, RT 002 / RW 005, Kelurahan Tanjung Paku, Kec. Tanjung Harapan, Kota Solok, Sumatera Barat.

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM , ELECTRONIC WORD OF MOUTH, KELENGKAPAN PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AKSESORIS (Survei pada Followers Account @aurell.shop)

Skripsi oleh : Nurul Faizah
Pembimbing : Meuthia, S.E., M.Sc

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *social media marketing*, *electronic word of mouth*, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk aksesoris pada konsumen toko aksesoris Aurell Shop Kota Solok. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen toko aksesoris Aurell Shop Kota Solok yang pernah membeli produk secara langsung ke toko dan juga menjadi pengikut akun Instagram @aurell.shop. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 160 sampel. Data penelitian diolah menggunakan *software Microsoft Excel*, SPSS dan *software SmartPLS 3.3.9*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *social media marketing*, *e-wom*, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 29 Juli 2022

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Meuthia, S.E., M.Sc	Prof. Dr. Ratni Prima Lita, S.E., MM	Ares Albirru Amsal, S.E., MSM

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, S.E, M.M.Ph.D
NIP. 197106242006041007



Alumnus telah mendaftarkan ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: