


**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP MINAT BELI PRODUK GOSH FASHION
(Studi pada Pengguna Instagram Wanita di kota Padang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
AGUSTUS 2017

| | | | |
|---|---|----------------------|----------------------|
|  | No. Alumni Universitas: | VANESSA ANTON | No. Alumni Fakultas: |
| | a). Tempat /Tgl Lahir: Padang / 29 April 1995, b). Nama Orang Tua: Anton Rusdi dan Teti Ramalac). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen e). No. BP: 1510526008, f). Tanggal Lulus: 19 Oktober 2017, g). IPK: 3,81 h). Prediksi Kelulusan: Dengan Pujian, i). Lama Studi: 2 Tahun 2 Bulan, j). Alamat Orang Tua: Jl. Perak No 31 A, Kota Padang, Sumatera Barat. | | |

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP MINAT BELI PRODUK GOSH FASHION (Studi pada Pengguna Instagram Wanita di kota Padang)

*Skripsi S1 oleh: Vanessa Anton
Pembimbing: Dra. Yanti, MM*

ABSTRAK

Penggunaan aplikasi media sosial di masyarakat semakin meningkat, para pelaku bisnis menjadikan ini sebagai peluang untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen seperti yang dilakukan oleh *Gosh Fashion*. *Gosh Fashion* mempromosikan produk melalui instagram karena sebagian besar pengguna instagram adalah anak muda yang merupakan target market dari *Gosh Fashion*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan *perceived value* terhadap minat beli produk *Gosh Fashion* di kota Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan SPSS 23.0. Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 150 responden, dengan menggunakan metode *non probability sampling* dan teknik *purposive sampling* yaitu pada pengguna instagram wanita di kota Padang yang mengetahui produk *Gosh Fashion*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli, *perceived value* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli produk *Gosh Fashion* di kota Padang. Berdasarkan hasil uji *adjusted R square* diperoleh nilai sebesar 0,679 yang berarti bahwa variasi perubahan minat beli dipengaruhi oleh variasi dari *electronic word of mouth* dan *perceived value* sebesar 67,9% sedangkan sisanya sebesar 32,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth, Perceived Value, Minat Beli, Gosh Fashion.*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal **19 Oktober 2017** dengan pembimbing dan penguji:

| | | | |
|--------------|-----------------------|--|------------------------------------|
| Tanda Tangan | 1. | 2. | 3. |
| Nama Terang | Dra. Yanti, MM | Ma'ruf, SE, M. Bus, M.Phil, DBA | Dr. Sari Lenggogeni, SE, MM |

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE, M.Si.
NIP : 197208262003122004

TandaTangan

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

| | | |
|------------------------|------------------------------|--------------|
| | Petugas Fakultas/Universitas | |
| No. Alumni Fakultas | Nama | Tanda Tangan |
| No. Alumni Universitas | Nama | Tanda Tangan |