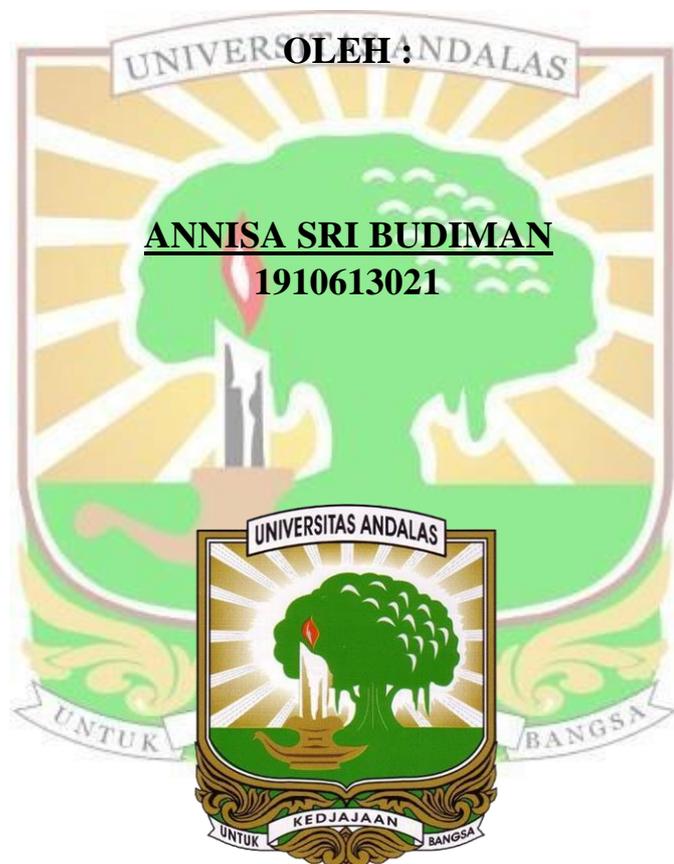


**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN IKLAN ONLINE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA SUSU
KAMBING ETAWA EL-FITRA FARM KOTA PADANG**

SKRIPSI



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2024**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN IKLAN ONLINE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA SUSU
KAMBING ETAWA EL-FITRA FARM KOTA PADANG**

SKRIPSI



FAKULTAS PETERNAKAN

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG, 2024

Pengaruh *Word Of Mouth* dan Iklan Online terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Susu Kambing Etawa El-Fitra Farm Kota Padang

Annisa Sri Budiman, dibawah bimbingan
Elfi Rahmi, S. Pt., MP dan Dr. M. Ikhsan Rias, SE., M.Si
Departemen Pembangunan dan Bisnis Peternakan Fakultas Peternakan
Universitas Andalas
Padang, 2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* (WOM) dan iklan online terhadap keputusan pembelian konsumen susu kambing etawa di El-Fitra Farm Kota Padang yang dilakukan pada tanggal 24 September – 12 Oktober 2023 dengan responden sebanyak 60 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan analisis data deskriptif kuantitatif dan *Structural Equation Modelling-Pastial Least Square* (SEM-PLS). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian berdasarkan analisis koefisien determinasi diperoleh hasil R^2 sebesar 0,346. Artinya bahwa 34,6% variabel keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh variabel *word of mouth* dan iklan online. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai $t_{statistik}$ sebesar $2,029 > 1,96$ dengan p_{value} $0,042 < 0,05$. Sedangkan variabel iklan online tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena $t_{statistik}$ bernilai $1,625 < 1,96$ dengan p_{value} $0,099 > 0,05$.

Kata Kunci: *Word Of Mouth*, Iklan Online, Keputusan Pembelian, Susu Kambing, PLS-SEM

