

**PENGARUH EWOM (*ELECTRONIC WORD OF MOUTH*)  
*COMMUNICATION* TERHADAP PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI DI  
KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan  
Gelar Sarjana Psikologi**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS KEDOKTERAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG**

**2019**

## **The Impact of Electronic Word Of Mouth Communication on Purchase Decision of Xiaomi Smartphone in Padang**

**Siti AisyahAmiroh, Lala Septiyani Sembiring, Izzanil Hidayati**  
Psychology Department, Medical Faculty, Andalas University  
[aisyah.amiroh@gmail.com](mailto:aisyah.amiroh@gmail.com)

### **ABSTRACT**

Xiaomi smartphone is a smartphone brand which does not used media mass in their promotion. However, Xiaomi smartphone selling is increased over the years. One of the media promotion Xiaomi used is electronic word of mouth communication, which is review, opinion, or recommendation in regard to product based on consumer's experience via internet. The purpose of this research was to find the impact of electronic word of mouth communication on decision making of Xiaomi smartphone purchase in Padang. This research used quantitative method. Subject in this study were 349 people aged 19-32 years who used Xiaomi smartphone with quota sampling method. The measurement of electronic word of mouth was conducted by using adaption of Cheung, Luo, Sia, and Chen scale which consisted of 20 items with reliability scale as big as 0,755. Meanwhile, purchase decision making was measured by modification of Amalia scale with consisted of 50 items with reliability scale as bis as 0,945. The result of this research was analyzed by simple linier regression that showed determinant coefficient of  $r^2 = 0,504$  and  $\beta = 1,741$  with the significance of  $p = 0,000$  ( $p < 0,005$ ). This research proved that electronic word of mouth has significant influence on purchase decision making of Xiaomi smartphone in Padang and electronic word of mouth has contribution as big as 56,4%.

**Key Word: Electronic Word of Mouth, Purchasing Decision Making, Xiaomi Smartphone**



## **Pengaruh *Electronic Word of Mouth Communication* terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi di Kota Padang**

**Siti Aisyah Amiroh, Lala Septiyani Sembiring, Izzanil Hidayati**  
Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas  
[aisyah.amiroh@gmail.com](mailto:aisyah.amiroh@gmail.com)

### **ABSTRAK**

*Smartphone* Xiaomi merupakan salah satu *brand smartphone* yang dalam promosinya tidak menggunakan iklan di media masa. Namun, penjualan *smartphone* Xiaomi dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Salah satu media promosi yang digunakan oleh *smartphone* Xiaomi adalah *electronic word of mouth*, yaitu *review*, opini, atau rekomendasi terkait produk berdasarkan pengalaman konsumen di internet. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *electronic word of mouth communication* terhadap pengambilan keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 349 orang berusia 19-32 tahun yang menggunakan *smartphone* Xiaomi dengan metode *quota sampling*. Pengukuran *electronic word of mouth* dilakukan dengan mengadaptasi skala Cheung, Luo, Sia dan Chen yang terdiri dari 20 *item* dengan reliabilitas sebesar 0,755. Pengukuran pengambilan keputusan pembelian dilakukan dengan mengadaptasi skala Amalia yang terdiri dari 50 *item* dengan reliabilitas sebesar 0,948. Hasil penelitian ini dianalisis dengan regresi linier sederhana yang menunjukkan koefisien determinan  $r^2 = 0,504$  dan  $\beta = 1,741$  dengan taraf signifikansi  $p = 0,000$  ( $p < 0,005$ ). Hal ini membuktikan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi di Kota Padang dan *electronic word of mouth* memiliki kontribusi sebesar 56,4% terhadap pengambilan keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

**Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*, Pengambilan Keputusan Pembelian, *Smartphone* Xiaomi**