

**PENGARUH TESTIMONI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**
(Studi Kasus Pada Yhoopy Shop Palembang)



SKRIPSI

Disusun Oleh :

SELVI PERMATA SARI

20702010047

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2024**

**PENGARUH TESTIMONI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Yhoopy Shop Palembang)**



Diajukan Guna Melengkapi Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana
(Strata-1) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Sumatera Selatan.

Disusun Oleh :

SELVI PERMATA SARI

20702010047

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2024**




PENGESAHAN

Skripsi dengan judul Pengaruh Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Yhoophii Shop Palembang) oleh Selvi Permata Sari telah dipertahankan di depan penguji skripsi program studi Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Selatan.

Ujian dilaksanakan

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Juli 2024
Tempat : Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi

TIM PENGUJI

- | | | | |
|----|---|-----------|---|
| 1. | Intan Putri, S.I.Kom., M.Kom
NIDN. 0210019203 | Ketua | () |
| 2. | Agus Srimudin, S.Pd.I., M.I.Kom
NIDN. 0201088002 | Penguji 1 | () |
| 3. | Riko fardiansyah, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0230078201 | Penguji 2 | () |

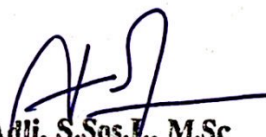
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Sumatera Selatan



Palembang, 11 Juli 2024

Ketua
Program Studi Ilmu Komputer

()
Adli, S.Sos.I., M.Sc
NIDN. 0210039002

**THE INFLUENCE OF TESTIMONIALS ON PURCHASING DECISIONS
(CASE STUDY AT YHOOPY SHOP PALEMBANG)**

Selvi Permata Sari

Universitas Sumatera Selatan

Email: selvi0047@students.usu.ac.id

ABSTRACT

This study aims to evaluate the impact of testimonials on purchasing decisions at Yhopy Shop Palembang. Using a quantitative approach and questionnaires as data collection tools, this study involved 96 respondents selected through purposive sampling technique. The validity and reliability of the instrument were tested using SPSS V.23, and the results showed that all questionnaire instruments were valid and reliable (Cronbach's Alpha of 0.863). The normality test showed that the data were normally distributed with a Sig value of 0.200, and the heteroscedasticity test indicated no symptoms of heteroscedasticity with a significance value of 0.204. The hypothesis analysis results showed a significant relationship between the testimonial variable (X) and the purchasing decision variable (Y) with a correlation coefficient (R) of 0.000. The coefficient of determination indicated that 22.6% of the purchasing decision variable is influenced by testimonials. The resulting simple regression equation is $Y = 15.901 + 0.551X$, which indicates that each 1% increase in the testimonial variable increases the purchasing decision by 0.551. The t-test supported the hypothesis with a calculated t value of 5.243, which is greater than the t table value of 1.66140, thus concluding that testimonials have a significant influence on purchasing decisions at Yhoophii.

Keywords: Testimonial, Purchasing decision, Yhoophii Shop Palembang

**PENGARUH TESTIMONI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA YHOPPY SHOP PALEMBANG)**

Selvi Permata Sari

Universitas Sumatera Selatan

Email: selvi0047@students.usu.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak testimoni terhadap keputusan pembelian di Toko Yhoppy Palembang. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, penelitian ini melibatkan 96 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Validitas dan reliabilitas instrumen diuji menggunakan SPSS V.23, dan hasilnya menunjukkan bahwa semua instrumen kuesioner valid dan reliabel (Cronbach's Alpha sebesar 0.863). Uji normalitas menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal dengan nilai Sig 0.200, dan uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak ada gejala heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi 0.204. Hasil analisis hipotesis menunjukkan hubungan signifikan antara variabel testimoni (X) dan variabel keputusan pembelian (Y) dengan koefisien korelasi (R) sebesar 0.000. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 22.6% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh testimoni. Persamaan regresi sederhana yang dihasilkan adalah $Y = 15.901 + 0.551X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% pada variabel testimoni meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.551. Uji t mendukung hipotesis dengan nilai t hitung sebesar 5.243, yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1.66140, sehingga disimpulkan bahwa testimoni memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Yhoppy Palembang.

Kata Kunci: Testimoni, Keputusan pembelian, Yhoophii Shop Palembang