

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
JASA TRANSPORTASI ONLINE MAXIM
DI KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

OLEH

NURLAILA ROMADHONA

20612010119

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

2024

PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan sebagai persyaratan untuk mengakhiri studi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan.

Hari : Rabu

Tanggal : 7 Agustus 2024

Pj. Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Sumatera Selatan



**Rabin Ibnu Zainal, S.E.,M.Sc.,Ph.D.
NIDN. 0015097701**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang di ambil sebanyak 97 orang dengan perhitungan menggunakan rumus Lemeshow. Teknik pengumpulan data melalui kuesioener serta wawancara. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka, jurnal, artikel, dan internet. Analisis Regresi Linear Sederhana digunakan dalam penelitian ini sebagai metode untuk menganalisa data menggunakan software *IBM Statistics SPSS 29*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai t-hitung sebesar $15,156 > 1,661$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka hipotesis yang diajukan diterima.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyse how the influence of Electronic Word Of Mouth (EWOM) on Purchasing Decisions on Maxim Online Transportation Services in Palembang City. This study uses a quantitative approach with purposive sampling method. The sample taken was 97 people with calculations using the Lemeshow formula. Data collection techniques through questionnaires and interviews. Secondary data obtained from literature studies, journals, articles, and the internet. Simple Linear Regression Analysis was used in this study as a method for analysing data using IBM Statistics SPSS 29 software. The results of this study indicate that Electronic Word Of Mouth (EWOM) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, with a t-count value of $15.156 > 1.661$ and a significance value of $0.001 < 0.05$, so the proposed hypothesis is accepted.

Keywords: *Electronic Word Of Mouth, Purchase Decision*