

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA* INSTAGRAM  
@WARUNG\_BU\_IS\_PANDAAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN BU IS DI DESA  
DURENSEWU PANDAAN**



Di susun oleh :

**NAFISHA IRDINA DWI YOSANTI**

202110040311279

**ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

## LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @WARUNG\_BU\_IS\_PANDAAN  
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
RUMAH MAKAN BU IS DI DESA DURENSEWU PANDAAN**

Diajukan Oleh :

**Nafisha Irdina Dwi Yosanti**  
202110040311279

Telah disetujui  
*Rabu / 1 Oktober 2025*

Pembimbing I



**Dr. Joko Susilo, S.sos, M.Si**

Wakil Dekan I



**Nasrullah, M.Si**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



**Nasrullah, M.Si**

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Nafisha Irdina Dwi Yosanti**  
**202110040311279**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 1 Oktober 2025  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Nurudin, S.Sos, M.Si



2. Sugeng Winarno, S.Sos, MA



3. Dr. Joko Susilo, S.Sos, M.Si



Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Najamuddin Khairul Rizal, S.IP., M.Hub.Int.**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Nafisha Irdina Dwi Yosanti  
NIM : 202110040311279  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media* Instagram @warung\_bu\_is\_pandaan dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Bu Is di Desa Durensewu Pandaan

Disetujui,  
Pembimbing

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomat No 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nafisha Irdina Dwi Yosanti  
NIM : 202110040311279  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul “Pengaruh *Social Media* Instagram @warung\_bu\_is\_pandaan dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Bu Is di Desa Durensewu Pandaan” adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 22 Agustus 2025

Yang Menyatakan

Nafisha Irdina Dwi Yosanti



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendaung Sulani No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 562 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 463 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Nafisha Irdina Dwi Yosanti
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311279
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Pengaruh Social Media Instagram @warung_bu_is_pandaan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Bu Is di Desa Durensewu Pandaan

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 22 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si



Kampus I  
Jl. Blandong 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulani No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Nafisha Irdina Dwi Yosanti  
NIM : 202110040311279  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester sembilan (9) tahun akademik 2025/2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 22 Agustus 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN  
DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

Pengaruh *Social Media* Instagram @warung\_bu\_is\_pandaan dan *Word Of Mouth* Terhadap  
Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Bu Is di Desa Durensewu Pandaan

Oleh:

Nama : Nafisha Irdina Dwi Yosanti

NIM : 202110040311279

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 22 Agustus 2025

Pembimbing I/Promotor

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si

NIP. 10397090342



(\*) Coret yang tidak perlu

Kampus I  
Jl. Bankung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Berdungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## HASIL CEK PLAGIASI



**PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**Tanda Terima  
Plagiasi**

Nama : Nafisha Indira Dwi Yasanti  
NIM : 202110040311279

Hasil Plagiasi : 28/8 29/8 29/8 01/9 01/9

BAB I	14				
BAB II	7				
BAB III	63	59	42	33	18

28/8 29/8 29/8

BAB IV	30	20		
BAB V	33	28	15	
BAB VI				



**PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI**  
Kampus Pagi Prodi,  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



Scanned with CamScanner

M. Dasuki



## BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari Kamis, 14 Agustus 2025

Pukul 13.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama : Nafisha Irdina Dwi Yosanti
2. NIM : 202110040311279
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Pengaruh Social Media Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Bu Is Di De Desa Durensewu
6. Pembimbing : Dr. Joko Susilo, S.Sos, M.Si
7. Penguji : Rahadi, M.Si

Malang, 19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Joko Susilo, S.Sos, M.Si

Dosen Penguji,

Rahadi, M.Si

Mengetahui,

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 148 (Hunting)  
F: +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## LAMPIRAN DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI

#### PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

NO.	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1.	Adelia Asrianti	202110040311311	Ilmu Komunikasi
2.	M. Hafidz Rafi Amri	202110040311312	Ilmu Komunikasi
3.	Nur Hasanah	202110040311526	Ilmu Komunikasi
4.	Pradita Putri Aulia	202110040311419	Ilmu Komunikasi
5.	Shinta Ayu Banowati	202110040311158	Ilmu Komunikasi
6.	Faishal Faqih Firdian	202110040311440	Ilmu Komunikasi
7.	Alifa Ainnur Ditha	202110040311426	Ilmu Komunikasi
8.	Nada Rismana	202110040311242	Ilmu Komunikasi
9.	Harsa Kamila	202110040311006	Ilmu Komunikasi
10.	Zahrin Qodrina Aqmari	202110040311390	Ilmu Komunikasi
11.	Taqiyya Hanifah	202110040311111	Ilmu Komunikasi
12.	Ocvi Naeila Hermawati	202110040311114	Ilmu Komunikasi
13.	Muhammad Rizal Firmansyah	202110040311505	Ilmu Komunikasi
14.	Putri Ayu Mei Santika	202110040311285	Ilmu Komunikasi
15.	Pratiwi Risang Ayu Yudiansyah	202110040311150	Ilmu Komunikasi

Malang, 19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Joko Susilo, S.Sos, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Berdungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL

1. Nama : Nafisha Irdina Dwi Yosanti
2. NIM : 202110040311279
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Pengaruh Social Media Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Bu Is Di Desa Durensewu Pandaan
6. Pembimbing : Dr. Joko Susilo, S.Sos, M.Si
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
05/10/2024	ACC Judul Penelitian	
13/11/2024	Bimbingan BAB I-III	
15/11/2024	Bimbingan BAB I-III	
17/11/2024	Bimbingan BAB I-III	
29/11/2024	Sempro	
20/12/2024	Revisi BAB I-III	
25/12/2024	Revisi BAB III	
24/02/2025	ACC Penelitian	
21/07/2025	Bimbingan BAB IV-V	
31/07/2025	Bimbingan BAB IV-V	
02/08/2025	Revisi BAB IV-V	
04/08/2025	Pengajuan Seminar Hasil Online	
14/08/2025	Seminar Hasil Online	
19/08/2025	Revisi dari Dosen Penguji	

Malang, 19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Joko Susilo, S.Sos, M.Si



#### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

#### Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 168 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

#### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 480 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Nafisha Irdina Dwi Yosanti, 202110040311279, PENGARUH *SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @WARUNG\_BU\_IS\_PANDAAN* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN BU IS DI DESA DURENSEWU PANDAAN, Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang.

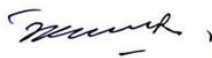
### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media* instagram @warung\_bu\_is\_pandaan dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Bu Is di Desa Durensewu Pandaan. Lokasi penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Bu Is Durensewu Pandaan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *Lemeshow* dengan hasil sebanyak 385 responden. Menggunakan metode *accidental sampling*, dimana data didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada seluruh pengunjung Rumah Makan Bu Is Durensewu Pandaan. Data dianalisa menggunakan uji regresi linear berganda dan uji determinasi. Berdasarkan hasil analisis data, hasil uji t menunjukkan bahwa *Social Media* Instagram @warung\_bu\_is\_pandaan dan *Word Of Mouth* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Bu Is Durensewu Pandaan. Hasil Uji F (simultan) menunjukkan bahwa  $F_{hitung} 132,897 > F_{tabel} 2,40$  dengan nilai signifikansi F sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya *Social Media* dan *Word Of Mouth* secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Social Media* Instagram, *Word Of Mouth*, dan Keputusan Pembelian

Malang, 22 Agustus 2025

Dosen Pembimbing,



Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si

Peneliti,



Nafisha Irdina Dwi Yosanti

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmad karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk kepada kami sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Social Media* Instagram @warung\_bu\_is\_pandaan dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Bu Is di Desa Durensewu Pandaan” (Studi Kasus pada Rumah Makan Bu Is Desa Durensewu Pandaan) dengan baik dan tepat waktu.

Shalawat serta salam saya sampaikan kepada nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, beserta pengikutnya hingga akhir zaman. Peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini banyak mendapatkan dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar. Oleh karena itu, dengan terselesainya skripsi ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. *Allah Subhanahu wa ta'ala* yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, kesempatan, rezeki, dan petunjuk untuk saya dalam menyelesaikan segala macam ujian yang saya hadapi, sehingga saya mampu berada di titik ini dan menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan maksimal.
2. Terkhusus kepada orang tua yang telah memberikan kasih sayang dengan tulus, yang selalu berdoa, memberikan motivasi, segala dukungan moril, materi, doa, kasih sayang dan perhatian yang tidak pernah kurang sehingga dapat terselesaikan skripsi ini. Semoga Allah selalu menyertai kalian, Aamiin.
3. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si., selaku Rektor, Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Dr. Muslimin Machmud, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang.

6. Bapak Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi saya, yang sudah memberi waktu, pikiran, tenaga, hingga semangat untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi.
7. Terima kasih kepada kekasih pujaan hati saya Naufal Indra Fata yang selalu sabar dan setia menemani, yang selalu membantu, tidak pernah lelah dalam mendoakan, dan selalu mendukung saya disaat saya sedang putus asa dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Terima kasih penulis sampaikan kepada teman-teman satu rumah selama masa perkuliahan di Malang. Yaitu Aliyah, teman dari mada SMP yang memberikan semangat, menemani dalam suka duka, dan selalu membantuan dalam menyelesaikan berbagai tugas perkuliahan. Alifa, yang selalu memberi semangat, mendukung, dan menemani penulis dari semester 4 sampai akhir skripsi ini.
9. Ucapan terima kasih yang dalam penulis sampaikan kepada temanku yang cantik Ocvi dan Taqiyya, teman seperjuangan sejak praktikum AV hingga tugas akhir skripsi. Terima kasih atas segala bantuan, dukungan, doa, serta kesediaan untuk berbagi cerita, keluh kesah, dan semangat yang begitu berarti hingga sejauh ini.
10. Pihak Rumah Makan Bu Is Durensewu Pandaan yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian.
11. Terima kasih juga kepada diri sendiri, yang telah bertahan sejauh ini. Terima kasih telah terus melangkah meski lelah, tetap berusaha walau sempat ragu, dan tidak berhenti meski banyak ingin menyerah. Semoga perjalanan ini menjadi awal dari langkah-langkah yang lebih besar, termasuk harapan untuk melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi.

Malang, 23 Agustus 2025

Nafisha Irdina D.Y

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN .....	v
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	vi
SURAT PERNYATAAN BEBAS KULIAH .....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
HASIL CEK PLAGIASI .....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	x
LAMPIRAN DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL .....	xi
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI .....	xii
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR TABEL .....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxii
<b>BAB I Pendahuluan</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II Kajian Pustaka</b>	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Konseptual.....	36
2.4 Hipotesis .....	37
2.5 Definisi Konseptual dan Operasional .....	38
<b>BAB III Metode Penelitian</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Waktu dan Lokasi.....	41

3.3 Subjek Penelitian .....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Uji Keabsahan Data.....	42
3.6 Analisis Regresi Linear Berganda .....	45
3.7 Pengujian Hipotesis .....	48
<b>BAB IV Hasil dan Pembahasan</b>	
4.1 Deskripsi Data.....	51
4.2 Hasil Analisis Data Uji Instrumen.....	52
4.2 Hasil Analisis Data Uji Instrumen.....	52
4.3 Hasil Deskriptif Statistik Penelitian.....	55
4.4 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	59
4.5 Hasil Uji Hipotesis .....	61
4.6 Pembahasan.....	63
<b>BAB V Penutup</b>	
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Saran .....	69
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>68</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram Rumah Makan Bu. Is .....	6
Gambar 1.2 Data Insight Instagram Rumah Makan Bu. Is .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	36
Gambar 3.1 Suasana Lokasi Rumah Makan Bu. Is .....	41



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Jumlah Pengunjung Rumah Makan Bu Is Pada Bulan Januari – Agustus 2024.....	4
Tabel 2. Tabel Perbedaan Word Of Mouth dan Electronic Word Of Mouth	22
Tabel 3. Data Hasil Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 4. Definisi Operasional.....	39
Tabel 5. Bobot kuisisioner berdasarkan pada metode Skala Likert .....	44
Tabel 6. Indeks Koefisien Korelasi.....	47
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 8. Sumber Informasi Responden.....	52
Tabel 9. Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 11. Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 12. Ringkasan Deskriptif Variabel Sosial Media (X1) .....	56
Tabel 13. Ringkasan Deskriptif Variabel Word of Mouth (X2) .....	56
Tabel 14. Ringkasan Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	57
Tabel 15. Tabulasi Silang Sosial Media (X1) dan Word of Mouth (X2) ....	57
Tabel 16. Tabulasi Silang Sosial Media (X1) dan Keputusan Pembelian (Y) .....	58
Tabel 17. Tabulasi Silang Word of Mouth (X2) dan Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 18. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	59
Tabel 19. Hasil Uji T (Hasil Uji Parsial).....	61
Tabel 20. Hasil Uji F (Hasil Uji Simultas).....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner..... 76



## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, D. D. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc Di Solo Raya. In Skripsi (p. 148). eprints.iain-surakarta.ac.id. [http://eprints.iain-surakarta.ac.id/7879/1/SKRIPSI FULL DELLA DIAH ANDINI\\_195211394.pdf](http://eprints.iain-surakarta.ac.id/7879/1/SKRIPSI_FULL_DELLA_DIAH_ANDINI_195211394.pdf)
- Arista, N., & Fasa, M. I. (2024). STRATEGI DIGITAL MARKETING: WORD OF MOUTH DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK TABUNGAN NASABAH (STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH DI BANDAR LAMPUNG). *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(11), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281/V2I11.1050>
- Asia, N. (2023). Pengaruh Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Alfamart Di Lembang Kabupaten Pinrang. *Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare*.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/JESYA.V2I2.108>
- Billy Surya Hanjaya, Bayu Setyo Budihardjo, & Catharina Aprilia Hellyani. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(3), 92–101. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.290>
- Chaffey, D., & Chadwick, E. F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. United Kingdom: Pearson.
- Cheung, C. M., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems*, 54(1), 461–470.
- Chu, S.-C., & Sung, Y. (2015). Using a consumer socialization framework to understand electronic word-of-mouth (eWOM) group membership among brand followers on Twitter. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(4), 251–260. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2015.04.002>

- Defri Mazuanda, 124010002, & Pembimbing, D. H. P. S. S. ,MS. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DISTRO VEARST JEANS BANDUNG (Survey pada pengujung Distro Vearst Jeans Bandung)*.
- DINATA, Z. S. (2021). *EFEKTIFITAS PERANAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI CAFE QUICK CHICKEN PACITAN*.
- Ekasari, R., & Fitrah, M. (2022). Pengaruh Social Media Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Roti Ais Pada Masa Pandemi Covid-19. *Ecopreneur*.12, 5(1), 53. <https://doi.org/10.51804/econ12.v5i1.1716>
- Fauzi, A., Rukmini, & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Kedaung Medan LTD. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan (JIMK)*, 1(1), 1–13.
- Giovenna, N. dan A. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNIQLO. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*. <https://jurnal.usahid.ac.id/kewirausahaan/article/view/841/560>
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2010). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- Irawan, E., Maras, J. O., Hulu, M., & Sumbawa, K. (2023). Konsep Strategi Word of Mouth Marketing dalam Peningkatan Pengembangan Bisnis : Suatu Tinjauan Literatur. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 293–303. <https://doi.org/10.47861/SAMMAJIVA.V1I3.482>
- Kambali, I., & Masitoh K. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Pati 59100. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 1–10.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-15. Jakarta: Erlangga.

- Liana, Y. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Bulletin of Management and Business*, 2(2), 129–136.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468.
- Maulana, A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Pesenjama Coffe Medan. *Skripsi*, 1–54.
- Muhammad, R. W., Rochaeti, E., & Setiawan, E. (2021). Pengaruh Media Social Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Produk Sepatu Converse Pada Mahasiswa FEB Universitas Prof Dr Hamka. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 31–40. <https://doi.org/10.37641/JIMKES.V9I2.451>
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8, 741. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p19>
- Nufus, A. S. (2015). *PENGARUH KUAITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN TAMAN JAYA UJUNG KULON CILEGON*. <http://repository.upi.edu>
- Nurazzah, D. A. (2024). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP INTENSITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL MELALUI PERILAKU ALONE TOGETHER (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang) - UMM Institutional Repository*. <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/8404/>
- Febrianti, A., & Sari, R. (2021). Media Sosial Instagram sebagai Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 45–57.
- Pamungkas, B. A. (2017). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v10i2.2518>
- Prasabella, R. (2021). *Pengaruh Social Media Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Mj Di Kota Medan Abstrak*.

- Rachman Haryadi, A., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 2(2), 8–17. <https://doi.org/10.47701/bismak.v2i2.2145>
- Reynaldi Rizal Giovani dan Sugeng Purwanto. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11. <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/Revitalisasi/article/view/2410/1568>
- Saputra, G. W., Gusti, I., Ketut, A., & Ardani, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 393186. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.V09.I07.P07>
- Soehardi. (2022). Effect of Advertising, Direct Marketing, Word of Mouth and Personal Selling on Consumer Purchasing Decisions. *Jurnal Manajemen*, 26(1), 82–98.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian (Edisi 2014). Yogyakarta: Andi Offset.
- Zulfiqar Ravi Rahman, & Muzakar Isa. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Destinasi Kuliner Halal Di Solo Raya. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 89–102. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.866>

BODYNOTE:

(Rachman Haryadi et al., 2022), (Asia, 2023), (Fauzi et al., 2020), (Giovenna, 2022), (Zulfiqar Ravi Rahman & Muzakar Isa, 2023), (Kambali & Masitoh K, 2021), (Reynaldi Rizal Giovani dan Sugeng Purwanto, 2022), (Pamungkas, 2017), (Prasabella, 2021), (Maulana, 2023), (Muhammad et al., 2021), (Batee, 2019), (Ekasari & Fitrah, 2022), (Narottama & Moniaga, 2022), (Billy Surya Hanjaya et al., 2023), (DINATA, 2021), (Nufus, 2015), (Nurazzah, 2024), (Defri Mazuanda & Pembimbing, 2018), (Saputra et al., 2020), (Irawan et al., 2023), (Arista & Fasa, 2024).