

**PENGARUH HARGA, *CONTENT MARKETING*, DAN E-WOM  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FAST FASHION* DI E-  
*COMMERCE SHOPEE***

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma  
Surabaya Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**FRANSISCA KURNIA DAMAYANTI**

**NPM : 20420142**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fransisca Kurnia Damayanti

NPM : 20420142

Alamat : Jl.Gubeng Kertajaya 5E/18

Program studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ **PENGARUH HARGA, CONTENT MARKETING, DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FAST FASHION DI E-COMMERCE SHOPEE** “ u  
bebas plagiat

Surabaya, 12 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



**FRANSISCA KURNIA DAMAYANTI**

NPM : 20420142

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, *CONTENT MARKETING* DAN E-WOM TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FAST FASHION* DI *E-COMMERCE* SHOPEE**


**Diajukan Oleh :**

**FRANSISCA KURNIA DAMAYANTI**

**NPM : 20420142**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :**

**Dosen Pembimbing**



**Wiwik Herawati, SE., MM.**

Tanggal, 24 Februari 2024

**Ketua Program Studi**



**Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.**

Tanggal, 31 Januari 2024

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, *CONTENT MARKETING*, DAN E-WOM TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FAST FASHION* DI *E-COMMERCE SHOPEE***

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**FRANSISCA KURNIA DAMAYANTI**

NPM : 20420142

Susunan Dewan Penguji

DOSEN PEMBIMBING



Wiwik Herawati, SE., MM.

KETUA TIM PENGUJI



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM., CRA

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Maqbula Arochman, SE, M.Ak

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 31 Januari 2024

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Dr. Adrianto Trimarjono, S.E., MM.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “**PENGARUH HARGA, *CONTENT MARKETING*, DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FAST FASHION* DI *E-COMMERCE SHOPEE*”** guna untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) pada prodi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyelesaian skripsi ini juga tidak lepas dari bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. dp. THT-KL (K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjo, S.E., MM selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Wiwik Herawati, S.E, MM, selaku dosen pembimbing Skripsi atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Ibu Atty Erdiana, SE, M. AK selaku dosen wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Bapak dan Ibu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu menyampaikan Informasi kepada penulis.
8. Untuk kedua orang tua saya, Bapak Kotot Haryono dan Ibu Ledjar Saparijatin Terimakasih sebesar-besarnya saya ucapkan atas segala bentuk doa, motivasi dan juga semangat yang telah diberikan kepada saya, terimakasih atas nasehat yang telah diberikan walaupun kadang pikiran kita tidak sejalan, terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati untuk menghadapi penulis yang keras kepala, mama menjadi penguat paling hebat, terimakasih sudah menjadi rumah untuk tempat saya pulang ma, saya persembahkan Skripsi dan gelar ini untuk mama tercinta.
9. Untuk Sahabat saya Seliana Tata, Ratna Lingga, Aisyah Citra, dan Hildra Suastika yang telah memberikan motivasi, support, dan semangat kepada peneliti serta selalu setia dalam mendengarkan curahan hati saya dalam mengerjakan skripsi. Semoga kalian selalu

diberi kesehatan, umur panjang, bahagia, diperlancarkan segala perurusan. Intinya doa yang terbaik buat kalian semua.

Surabaya, 12 januari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fransisca', with a stylized flourish at the end.

**Fransisca Kurnia Damayanti**

## ABSTRAK

Dilakukan observasi ini guna mengetahui akibat dari harga, konten pemasaran, dan eWOM pada keputusan pembelian produk *fast fashion* di *e-commerce* shopee. Observasi ini memakai pendekatan kuantitatif. Populasi pada observasi ini yaitu seluruh konsumen yang membeli produk *fast fashion* melalui platform *e-commerce* shopee. Dalam pengambilan sampel menggunakan teknik analisis linear berganda beserta menggunakan karakteristik tertentu yang dianggap memiliki hubungan. Dan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel yang dipakai sebanyak 105 responden. Untuk mengatasi permasalahan pada observasi ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, uji regresi linear berganda, uji parsial dan uji dominan dengan bantuan SPSS 20. Adapun hasil observasi yang diperoleh yaitu variabel harga, content marketing, dan eWOM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci : Harga, Content Marketing, eWOM, dan keputusan pembelian**



## **ABSTRACT**

*This observation was carried out to determine the impact of price, marketing content, and eWOM on purchasing decisions for fast fashion products on Shopee e-commerce. This observation uses a quantitative approach. The population in this observation is all consumers who buy fast fashion products via the Shopee e-commerce platform. In taking samples using multiple linear analysis techniques using certain characteristics that are considered to have a relationship. And using a purposive sampling method with a sample of 105 respondents. To overcome the problems in this observation, use the validity test, reliability test, coefficient of determination test, multiple linear regression test, partial test and dominant test with the help of SPSS 20. The observation results obtained are that the price, content marketing and eWOM variables have a significant influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Price, Content Marketing, eWOM, and purchasing decisions*