

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP TINGKAT  
PENJUALAN  
(Studi Kasus Warung Ayam Inkung, di Desa Guwosari, Pajangan, Bantul)**

Jumrotul Ikhwani<sup>1</sup> Ahmad Yunadi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi S1 Ekonomi Syariah. Fakultas Agama Islam, Universitas Alma Ata

<sup>2</sup>Dosen Program Studi S1. Fakultas Agama Islam, Universitas Alma Ata

Email : [Ikhwanijumrotul@gmail.com](mailto:Ikhwanijumrotul@gmail.com)

**INTISARI**

**Latar Belakang** : Penjualan merupakan salah satu aktivitas bisnis yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk dapat memperoleh laba atau keuntungan yang menjadi tujuan utama dari sebagian besar perusahaan. Salah satu fenomena yang sedang muncul adalah banyak konsumen yang menggunakan media sosial dan memanfaatkan sebuah media online dengan para penggunaannya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi, jejaringan sosial seperti twitter, facebook, instagram, whatsapp, line dan lain sebagainya.

**Tujuan** : Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap tingkat penjualan Ayam Inkung di Guwosari.

**Metode Penelitian** : Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah owner, karyawan dan konsumen dengan sampel sebanyak 42 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 16.0 *For Windows*.

**Hasil** : Dari hasil analisis responden jenis kelamin perempuan lebih banyak dengan persentase 69% sedangkan laki-laki 31% persentase. Analisis regresi linier sederhana nilai konstanta dan koefisien regresi sehingga dapat dibentuk persamaan regresi linier sederhana :  $Y = 8.789 + 0.241X$ , jadi persamaan tersebut memiliki konstanta ( $\alpha$ ) = 8.789, jika variabel *electronic word of mouth* = 0, maka penjualan tetap sebesar 8.789, dan koefisien ( $\beta$ ) = 0.241, jika variabel *electronic word of mouth* (X) berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan (Y) maka penjualan akan meningkat sebesar 8.789. Berdasarkan hasil hipotesis uji t (parsial) pada tabel 7. Dapat diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.097 dengan Sig 0.042. hal ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  2.097 > 0.042 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima. Artinya bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada Inkung Ayam di Desa Guwosari, Bantul.

**Kesimpulan** :  $H_a$  diterima yang berarti bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada Ayam Inkung di Desa Guwosari, Bantul.

**Kata Kunci** : *Electronic Word Of Mouth*, Penjualan, UMKM, Ayam Inkung

# EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON SALES LEVEL (Case Study of Inkung Chicken Stall, in Guwosari Village, Pajangan, Bantul)

Jumrotul Ikhwani<sup>1</sup> Ahmad Yunadi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi S1 Ekonomi Syariah. Fakultas Agama Islam, Universitas Alma Ata

<sup>2</sup>Dosen Program Studi S1. Fakultas Agama Islam, Universitas Alma Ata

Email : [ikhwanijumrotul@gmail.com](mailto:ikhwanijumrotul@gmail.com)

## ABSTRACT

**Background** : Sales is one of the business activities carried out by a company to be able to obtain profit or profit which is the main goal of most companies. One phenomenon that is emerging is that many consumers who use social media and take advantage of an online media with its users can easily participate, share, and create content including, social networks such as Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp, Line and others.

**Purpose** : To determine the effect of electronic word of mouth on the level of sales of Inkung Chicken in Guwosari.

To find out whether electronic word of mouth affects the sale of Inkung Chicken in Guwosari.

**Research Methods** : This research is a type of causal associative research with a quantitative approach. The population of this study is the owner, employees and consumers with a sample of 42 respondents. Data collection in this study using a questionnaire. Data analysis techniques using simple linear regression analysis with the help of SPSS 16.0 For Windows.

**Results** : From the results of the analysis of respondents there is more female sex with a percentage of 69% while men 31% percentage. Simple linear regression analysis of constant values and regression coefficients so that a simple linear regression equation can be formed:  $Y = 8.789 + 0.241X$ , so the equation has a constant ( $\alpha$ ) = 8.789, if the electronic word of mouth variable = 0, sales remain at 8.789, and coefficient ( $\beta$ ) = 0.241, if the electronic word of mouth variable (X) significantly influences the level of sales (Y) then sales will increase by 8.789. Based on the results of the t test hypothesis (partial) in table 7. Can be obtained thitung of 2,097 with Sig 0.042. this shows that  $t_{count} > t_{table}$  2.097 > 0.042 so it can be concluded that  $H_a$  is accepted. This means that electronic word of mouth affects the level of sales in Chicken Inkung in Guwosari Village, Bantul.

**Conclusion** :  $H_a$  is accepted, which means that electronic word of mouth affects the level of sales of Inkung Chicken in Guwosari Village, Bantul.

**Keywords** : Electronic Word Of Mouth, Sales, UMKM, Inkung Chicken