



## Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

# 30%

### SIMILARITY INDEX

Submission author: Elavionasti Ubang  
Assignment title: JURNAL  
Submission title: Komunikasi Mulut Ke Mulut Secara Elektronik Dengan Keputusan...  
File name: Jurnal\_Elavi  
File size: 1.5M  
Page count: 10  
Word count: 3,295  
Character count: 21,025  
Submission date: 31-Aug-2021  
Submission ID: 1889877021



**Wakil Dekan Bidang Akademik**

**Dr. Phil. I Ketut Gunawan, M.A**  
**NIP.19631222 199002 1 001**

Psikoborneo  
Jurnal Ilmiah Psikologi  
Volume xx No x | Month Year: pp-pp  
DOI: 10.30872/psikoborneo

p-ISSN : 2477-2666  
e-ISSN : 2477-2674

**Komunikasi Mulut Ke Mulut Secara Elektronik Dengan Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Generasi Milenial Pengguna Shopee Di Kota Samarinda**

Elavionasti Ubang<sup>1</sup>, Hairani Lubis<sup>2</sup>, Dian Dwi Nur Rahmah<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman  
Email: [elavaho@gmail.com](mailto:elavaho@gmail.com), [hairani.lubis@fisip.unmul.ac.id](mailto:hairani.lubis@fisip.unmul.ac.id), [dian.dnr@fisip.unmul.ac.id](mailto:dian.dnr@fisip.unmul.ac.id)

**Artikel Info**  
Bibayot Artikel:  
Penyerahan dd/mm/yyyy  
Revisi dd/mm/yyyy  
Diterima dd/mm/yyyy

**Keyword:**  
Electronic word of mount;  
Purchase decision

**ABSTRACT**  
This study aims to examine the relationship of electronic word of mouth communication with purchasing decisions for clothing products in the millennial generation of Shopee users in Samarinda City. This study uses a quantitative approach. The subjects of this study were 100 millennial generation in Samarinda City who were selected using purposive sampling technique. The data collection method used is the scale of electronic word of mouth communication, and purchasing decisions. The collected data were analyzed by using Pearson's product moment correlation analysis test. The results of the confidence level indicate that there is a positive and significant relationship between electronic word of mouth communication and the decision to purchase clothing products for the millennial generation of Shopee users in Samarinda City by obtaining a value of  $r$  count = 0.608 >  $r$  table = 0.195 and  $p$  value = 0.000 < 0.05.

**ABSTRAK**  
Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan komunikasi mulut ke mulut secara elektronik dengan keputusan pembelian produk pakaian pada generasi milenial pengguna Shopee di Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah 100 orang generasi milenial di Kota Samarinda yang dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah skala komunikasi mulut ke mulut secara elektronik, dan keputusan pembelian. Data yang terkumpul dianalisis dengan uji analisis korelasi product moment pearson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara komunikasi mulut ke mulut secara elektronik dengan keputusan pembelian produk pakaian pada generasi milenial pengguna Shopee di Kota Samarinda dengan memperoleh nilai  $r$  hitung = 0.608 >  $r$  tabel = 0.195 dan nilai  $p$  = 0.000 < 0.05.

**Kata Kunci**  
Komunikasi Mulut ke Mulut Secara Elektronik; Keputusan Pembelian

Copyright (c) Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi

**Korespondensi:**  
**Hairani Lubis**  
Program Studi Psikologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman  
Email: [hairani.lubis@fisip.unmul.ac.id](mailto:hairani.lubis@fisip.unmul.ac.id)

Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi by <http://ejournals.unmul.ac.id/index.php/PSIKO> is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.