

**“PENGARUH *e WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN
PRODUK SCARLETT WHITENING “**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mengenai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

ALMER DAFFA NABIL TAHARA

NPM: 190324871

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

TAHUN AKADEMIK 2023

LEMBAR PENGESAHAN

“PENGARUH *e-WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN
PRODUK SCARLETT WHITENING “

Disusun oleh:

Almer Daffa Nabil Tahara

NPM : 190324871

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Th. Diah Widhiastuti, SE., M.Si.

14 Juni 2023

SKRIPSI
PENGARUH *e* WORD OF MOUTH TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN
PRODUK SCARLETT WHITENING

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Almer Daffa Nabil Tahara

NPM : 190324871

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 11 Juli 2023

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji


Dr. J. Ellyawati, MM

Anggota Panitia Penguji


Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Anggota Panitia Penguji


**Th. Agung M. Harsiwi, SE.,
M.Si.**

Yogyakarta, 17 Juli 2023
Dekan Fakultas Bisnis dan
Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“PENGARUH *e-WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN
PRODUK SCARLETT WHITENING “**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan ide, maupun kutipan yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 14 Juni 2023



Almer Daffa Nabil Tahara

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan penyertaanNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *e-Word Of Mouth* Terhadap Niat Beli Konsumen Produk Scarlett Whitening” Di susun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah diselesaikan oleh peneliti dengan sebaik-baiknya.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikannya. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan hikmat dan kekuatan sehingga peneliti bisa menyelesaikan penelitian ini.
2. Ayah, Mama, dan Keluarga atas doa dan dukungannya yang telah di berikan selama proses menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan tenaga, waktu dan kesempatan untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan pengertian hingga terselesainya skripsi ini.
4. Untuk teman-teman seperjuangan saya yang bersedia mendengar keluh kesah serta mendukung dan menemani selama proses pengerjaan skripsi.
5. *Toxic family* (Wahyu, Enrico, Claren, Grace, Felix dan Yohan) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dengan kesabaran selama proses pengerjaan skripsi.
6. Keluarga YBNCREW yang selalu hadir dalam sedih dan tawa.
7. Polos Store crew yang selalu menampung ketika pusing dan tidak balik ke rumah.
8. Seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner secara sungguh-sungguh.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan doa dari semua pihak yang telah ikut serta dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Yogyakarta, 14 Juni 2023



Penulis



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e Word Of Mouth* terhadap niat beli konsumen produk Scarlett Whitening. Sampel pada penelitian ini yaitu responden yang mengetahui produk Scarlett Whitening, yang berniat membeli atau pernah membeli produk Scarlett Whitening. Teknik pengambilan sampel di lakukan dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner menggunakan *Google Forms* dan terkumpul sebanyak 232 sampel. Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) dalam pengujian variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas *e-WOM*, kuantitas *e-WOM*, kredibilitas *e-WOM*, dan penyedia informasi berpengaruh terhadap niat beli.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Kualitas *e-WOM*, Kuantitas *e-WOM*, Kredibilitas *e-WOM*, Penyedia Informasi, Niat Beli.



DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>e-WOM</i>	9
2.1.2 Kualitas	10
2.1.3 Kuantitas	11
2.1.4 Kredibilitas	12
2.1.5 Penyedia Informasi	13
2.1.6 Niat beli	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Model Penelitian	19
2.4 Pengembangan Hipotesis	19
2.4.1 Dampak kualitas <i>e-WOM</i> terhadap niat beli Scarlett Whitening.....	20
2.4.2 Dampak kuantitas <i>e-WOM</i> terhadap niat beli Scarlett Whitening.....	20
2.4.3 Dampak kredibilitas <i>e-WOM</i> terhadap niat beli Scarlett Whitening	21
2.4.4 Dampak penyedia informasi <i>e-WOM</i> terhadap niat beli Scarlett Whitening	22
BAB III	23
METODOLOGI PENELITIAN.....	23

3.1 Desain Penelitian.....	23
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	23
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.5 Definisi Variabel Operasional	26
3.6 Instrumen Penelitian.....	28
3.6.1 Pengembangan Instrumen Penelitian.....	29
3.7 Alat Analisis	32
3.8 Teknik Analisis Data	32
3.8.1 Uji Instrumen Penelitian.....	33
3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.8.3 Uji Hipotesis	35
 BAB IV	 37
 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	 37
4.1. Pengantar.....	37
4.2. Uji Validitas.....	37
4.3. Uji Reabilitas.....	39
4.4. Analisis Profil Responden.....	40
4.4.1. Profil Responden Berdasarkan Apakah Pernah Atau Berniat Membeli Produk Scarlett Whitening	40
4.4.2. Profil Responden Berdasarkan Apakah Mengikuti <i>Brand Ambassador</i> Atau <i>Endorser</i> Scarlett Whitening	41
4.4.3. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.4.4. Profil Responden Berdasarkan Usia	42
4.4.5. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.4.6. Profil Responden Berdasarkan Sosial Media yang Sering Digunakan	44
4.4.7. Profil Responden Berdasarkan Rata Rata Waktu Menggunakan <i>Sosial Media</i>	44
4.5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
4.6. Pembahasan Hipotesis.....	48
4.6.1. Pengaruh Kualitas <i>e-WOM</i> terhadap Niat beli.....	48
4.6.2. Pengaruh Kuantitas <i>e-WOM</i> terhadap Niat beli.....	49

4.6.3.	Pengaruh Kredibilitas <i>e-WOM</i> terhadap Niat beli	50
4.6.4.	Pengaruh Penyedia Informasi <i>e-WOM</i> terhadap Niat beli.....	51
BAB V		52
PENUTUP.....		52
5.1	Kesimpulan.....	52
5.3.	Implikasi Manajerial	53
5.4.	Keterbatasan Penelitian	54
5.5.	Saran.....	55



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.2 Lanjutan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.3 Lanjutan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1 Pengembangan Instrumen Penelitian	29
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Reabilitas	39
Tabel 4.3 Hasil Responden	42
Tabel 4.4 Usia	42
Tabel 4.5 Pekerjaan	43
Tabel 4.6 Sosial Media	44
Tabel 4.7 Rata Rata Waktu Penggunaan Sosial Media	45
Tabel 4.8 Apakah Mengikuti Brand Ambassador atau Endoser	41
Tabel 4.9 Pernah Membeli atau Berniat Membeli Produk Scarlett Whitening.....	40
Tabel 4.11 Tabel Analisis Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.12 Hasil Uji F	47
Tabel 4 13 Hasil Uji Determinasi.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penguasa Brand Produk Kecantikan	3
Gambar 1.2 Marketshare Body Lotion Di Tokopedia & Shopee.....	4
Gambar 1.3 Review Body Lotion Jolly Scarlett Whitening	5
Gambar 2.1 Model Penelitain	19

