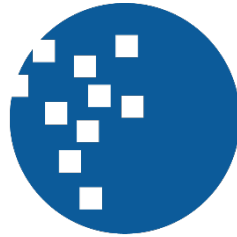


**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
MINAT BELI PRODUK SKINCARE THE ORIGINOTE
DIMODERASI OLEH *BRAND IMAGE***



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Angelica Sharon Suprayogi

00000045435

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
MINAT BELI PRODUK SKINCARE THE ORIGINOTE
DIMODERASI OLEH *BRAND IMAGE***



Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Angelica Sharon Suprayogi

00000045435

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Angelica Sharon Suprayogi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000045435

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE THE ORIGINOTE DIMODERASI OLEH *BRAND IMAGE*

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 31 Mei 2024



Angelica Sharon Suprayogi

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE THE ORIGINOTE DIMODERASI OLEH BRAND IMAGE

Oleh

Nama : Angelica Sharon Suprayogi

NIM : 00000045435

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 18 Juni 2024

Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Digitally signed by Eko Hadi Saputro
Reason: I am approving this document
Location: Universitas Multimedia Nusantara
Date: 2024-07-02 14:38+07:00

Calvin Eko Saputro, S.E., M.M

NIDN 0303056102

Penguji



Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si.

NIDN 0327066402

Pembimbing



Digitally signed by Anton Binsar
Date: 2024.07.02
15:23:48 +07'00'

Anton Binsar, S.Sos., M.Si.

NIDN 0309027705

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.07.02
16:24:30 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si

NIDN 0304078404

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Angelica Sharon Suprayogi
NIM : 00000045435
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah :

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP
MINAT BELI PRODUK SKINCARE THE ORIGINOTE
DIMODERASI OLEH BRAND IMAGE**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance***.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Angelica Sharon Suprayogi)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angelica Sharon Suprayogi

NIM : 00000045435

Program Studi : Strategic Communication

Fakultas : Ilmu Komunikasi

JenisKarya : *~~Tesis/Skripsi/Tugas Akhir~~

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE THE ORIGINOTE DIMODERASI OLEH *BRAND IMAGE*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 31 Mei 2024

Yang menyatakan,



Angelica Sharon Suprayogi

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE THE ORIGINOTE DIMODERASI OLEH BRAND IMAGE”** yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai dengan penulisan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Anton Binsar, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya, Mama dan Kakak yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Sahabat dan teman-teman di Universitas Multimedia Nusantara yang berjuang bersama-sama untuk dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan tepat waktu.

Semoga dengan adanya karya ilmiah yang telah ditulis dapat menjadi inspirasi dan referensi bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya jika meneliti dengan topik yang relevan

Tangerang, 31 Mei 2024



Angelica Sharon Suprayogi

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE THE ORIGINOTE DIMODERASI OLEH *BRAND IMAGE*

Angelica Sharon Suprayogi

ABSTRAK

Dalam era digital yang semakin maju, teknologi dan Internet telah mengubah cara hidup dan berinteraksi masyarakat, termasuk dalam perilaku berbelanja. Media sosial menjadi salah satu platform yang sangat berpengaruh dalam mempromosikan produk melalui interaksi dua arah, ulasan, dan rekomendasi pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WoM) terhadap minat beli produk skincare The Originote yang dimoderasi oleh *Brand Image*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari 220 responden. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk menentukan sampel yang sesuai dengan kriteria tertentu. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-WoM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Lebih lanjut, penelitian ini mengungkap bahwa brand image memoderasi pengaruh e-WoM terhadap minat beli, memperkuat efek positif e-WoM ketika *Brand Image* kuat dan positif. Temuan ini menegaskan bahwa pentingnya peran e-WoM dan Brand Image dalam strategi pemasaran produk skincare, khususnya dalam meningkatkan minat beli konsumen. Pelaku bisnis di industri kecantikan juga dapat memanfaatkan ulasan positif dan dapat membangun citra merek yang kuat untuk menarik minat konsumen serta meningkatkan penjualan.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth*, Minat Beli, *Brand Image*, The Originote, Media Sosial.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON
THE BUYING INTEREST THE ORIGINOTE SKINCARE
PRODUCTS MODERATED BY BRAND IMAGE***

Angelica Sharon Suprayogi

ABSTRACT (English)

In an increasingly advanced digital era, technology and the Internet have changed the way people live and interact, including shopping behavior. Social media has become a very influential platform in promoting products through two-way interactions, reviews and user recommendations. This research aims to analyze the influence of Electronic Word of Mouth (e-WoM) on interest in purchasing The Originote skincare products which is moderated by Brand Image. This research uses a quantitative approach with a survey method to collect data from 220 respondents. Purposive sampling technique is used to determine samples that meet certain criteria. Data were analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method. The research results show that e-WoM has a positive and significant influence on purchasing interest. Furthermore, this research reveals that brand image moderates the influence of e-WoM on purchase intention, strengthening the positive effect of e-WoM when the brand image is strong and positive. These findings confirm the important role of e-WoM and Brand Image in marketing strategies for skincare products, especially in increasing consumer buying interest. Business people in the beauty industry can also take advantage of positive reviews and can build a strong brand image to attract consumer interest and increase sales.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Interest Buying, Brand Image, The Originote,, Social Media*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5.1 Kegunaan Akademis	6
1.5.2 Kegunaan Praktis	6
BAB II KERANGKA TEORI / KERANGKA KONSEP.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Teori	13
2.2.1 Social Judgment Theory	13
2.2.2 Electronic Word of Mouth.....	15
2.2.3 Minat Beli	16
2.2.4 Brand Image.....	19
2.3 Kerangka Penelitian.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	22

3.2	Metode Penelitian.....	22
3.3	Populasi dan Sampel	23
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	24
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6	Teknik Pengukuran Data.....	29
3.6.1	Uji Validitas.....	29
3.6.2	Uji Reliabilitas	30
3.7	Teknik Analisis Data.....	30
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	30
3.7.2	Uji Normalitas.....	31
3.7.3	Uji Multikolinearitas.....	32
3.7.4	Uji Heteroskedastisitas	33
3.7.5	Analisis <i>Structural Equation Model</i> (PLS).....	33
3.7.6	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	33
3.7.7	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	35
3.7.8	Pengujian Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Subjek/Objek Penelitian.....	37
4.1.1	Objek Penelitian.....	37
4.1.2	Subjek Penelitian	38
4.2	Hasil Penelitian	40
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1.2	Variabel Electronic Word of Mouth.....	40
4.2.1.3	Variabel Brand Image.....	41
4.2.1.4	Variabel Minat Beli	42
4.2.2	Uji Normalitas.....	43
4.2.3	Uji Multikolinearitas.....	45
4.2.4	Uji Heterokedastisitas	46
4.2.5	Analisis <i>Structural Equation Model</i> (PLS).....	47
4.2.6	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	47
4.2.7	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	50
4.8	Pengujian Hipotesis	52

4.3 Pembahasan.....	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Simpulan.....	60
5.2 Saran.....	61
5.2.1 Saran Akademis.....	61
5.2.2 Saran Praktis.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Perhitungan Sampel	24
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel (X) Electronic Word of Mouth	25
Tabel 3.3 Tabel Operasional Variabel (Y) Minat Beli.....	26
Tabel 3.4 Tabel Operasional Variabel (Z) Brand Image.....	27
Tabel 3.5 Skala Likert	28
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Pretest.....	29
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Pretest.....	30
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Electronic Word of Mouth	41
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Brand Image	41
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli.....	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	46
Tabel 4.7 Nilai Convergent Validity	48
Tabel 4.8 Nilai Cross Loading	49
Tabel 4.9 Uji Composite Reliability	50
Tabel 4.10 Uji R-Square	51
Tabel 4.11 Uji Predictive Relevance.....	52
Tabel 4.12 Pengujian Hipotesis (Hubungan Langsung dan Tidak Langsung).....	52

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh Review The Originote di Female Daily.....	4
Gambar 1.2 Contoh Review The Originote di Shopee	4
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	39
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	39
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	40
Gambar 4.6 P Plot	44
Gambar 4.7 Histogram	44
Gambar 4.8 Outer Model	47

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Kuesioner Penelitian Skripsi.....	68
Lampiran 2 Form Bimbingan Skripsi	74
Lampiran 3 Form Data Responden	75
Lampiran 4 Jawaban Responden Terhadap Variabel X.....	81
Lampiran 5 Jawaban Responden Terhadap Variabel Y.....	85
Lampiran 6 Jawaban Responden Terhadap Variabel Z	89
Lampiran 7 Turnitin	93

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA