

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
MINAT BELI *SMART ALBUM* (SMini) DI KALANGAN
PENGGEJAR K-POP**



SKRIPSI

Laura Christy Budiawan

00000053285

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

2025

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
MINAT BELI *SMART ALBUM* (SMini) DI KALANGAN
PENGGEJAR K-POP**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Laura Christy Budiawan

00000053285

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Laura Christy Budiawan

Nomor Induk Mahasiswa : 0000053285

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI
SMART ALBUM (SMini) DI KALANGAN PENGGEMAR K-POP

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 18 Juni 2025



Laura Christy Budiawan

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli *Smart Album* (SMini)
di Kalangan Penggemar K-pop

Oleh

Nama : Laura Christy Budiawan
NIM : 00000053285
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 30 Juni 2025
Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Henilia Yulita SE., MM., M.I.Kom.
NIDN 0320077803

Penguji

Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.
NIDN: 0307128703

Pembimbing

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

Ketua Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laura Christy Budiawan

NIM : 00000053285

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Electronic Word of Mouth*
Terhadap Minat Beli *Smart Album* (SMini) di Kalangan Penggemar K-pop

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 18 Juni 2025



(Laura Christy Budiawan)

* Pilih salah satu

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

KATA PENGANTAR

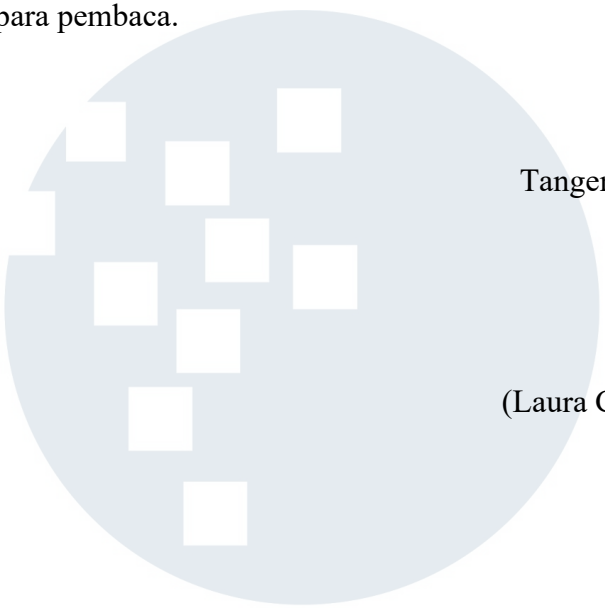
Puji dan Syukur saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan kasih karunia-Nya saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli *Smart Album* (SMini) di Kalangan Penggemar K-pop”** dengan baik. Skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana S.I.Kom Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Dalam penyusunan skripsi, saya banyak mendapat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andre Andoko, PhD., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Cendera Rizky, M.Si., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya Bapak Heru Budiawan dan Ibu Ikah Budiawan selaku orang tua serta Shila Ezerli Budiawan selaku kakak yang selalu memberikan dukungan, mendoakan, dan memotivasi baik secara fisik maupun mental.
6. Dochi, hewan peliharaan tercinta yang selalu menemani dan memberikan dukungan secara emosional melalui kehadirannya selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan saya yang telah bersama dari awal perkuliahan, Nareesha Andrea, Chelsea Arria, Christabel Pangestu, Jovelin, dan Hana Salsabila.

8. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya dan bersedia berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini sehingga penelitian dapat terselesaikan.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran, sumber informasi, dan bermanfaat bagi para pembaca.



Tangerang, 18 Juni 2025



(Laura Christy Budiawan)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* TERHADAP MINAT BELI *SMART ALBUM* (SMini) DI KALANGAN PENGGEMAR K-POP

Laura Christy Budiawan

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong industri musik K-pop untuk terus berinovasi, salah satunya melalui peluncuran *Smart Album* (SMini) oleh SM Entertainment. Produk ini merupakan bentuk album digital yang mengintegrasikan teknologi *Near Field Communication* (NFC), memungkinkan penggemar mengakses konten musik dan visual secara praktis. Di tengah perubahan format konsumsi musik ini, peran komunitas penggemar menjadi sangat penting, terutama melalui mekanisme *Electronic Word of Mouth* (eWOM). Penggemar K-pop dikenal aktif menyebarkan opini, pengalaman, dan rekomendasi di media sosial, yang berpotensi memengaruhi minat beli terhadap produk seperti SMini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh eWOM terhadap minat beli *Smart Album* (SMini) di kalangan penggemar K-pop dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan melalui metode survei terhadap penggemar yang mengikuti artis-artis di bawah naungan SM Entertainment dan telah mengetahui keberadaan produk SMini. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana menunjukkan bahwa eWOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dengan nilai *R Square* sebesar 0,739. Artinya, sebesar 73,9% variasi dalam minat beli dapat dijelaskan oleh variabel eWOM. Hasil ini menegaskan pentingnya komunikasi antarpenggemar dalam mempengaruhi perilaku konsumsi, serta memberikan implikasi strategis bagi industri untuk membangun pendekatan komunikasi digital yang sesuai dengan karakteristik audiens.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth*, Komunikasi Digital, K-pop, Minat Beli, *Smart Album*

The Influence of Electronic Word of Mouth on the Purchase Intention of Smart Album (SMini) among K-Pop Fans

Laura Christy Budiawan

ABSTRACT

The development of digital technology has encouraged the K-pop music industry to keep innovating, including through the launch of the Smart Album (SMini) by SM Entertainment. This product is a digital album that uses Near Field Communication (NFC) technology, allowing fans to access music and exclusive content more easily. As the way people consume music changes, the role of fans becomes more important, especially through Electronic Word of Mouth (eWOM). K-pop fans are known for being active in sharing opinions, experiences, and recommendations on social media, which can influence others buying interest in products like SMini. This study aims to analyze the influence of eWOM on purchase intention of the Smart Album (SMini) among K-pop fans using a quantitative approach. The research was conducted through a survey of fans who support artists under SM Entertainment and are familiar with the SMini product. Data analysis using simple linear regression shows that eWOM has a positive and significant influence on purchase intention, with an R Square value of 0.739. This means that 73.9% of the variation in purchase intention can be explained by the eWOM variable. These findings emphasize the importance of fan-to-fan communication in shaping consumer behavior and provide strategic implications for the industry to develop digital communication approaches aligned with audience characteristics.

Keywords: *Digital Communication, Electronic Word of Mouth, K-pop, Purchase Intention, Smart Album*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1 Kegunaan Akademis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis	11
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	11
1.5.4 Keterbatasan Sosial	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	29
2.2.1 Teori Stimulus-Response (S-R).....	29
2.2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM).....	30
2.2.3 Minat Beli.....	32
2.3 Hipotesis Teoritis	34
2.4 Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	36

3.2	Metode Penelitian.....	37
3.3	Populasi dan Sampel	38
3.3.1	Populasi.....	38
3.3.2	Sampel.....	39
3.4	Operasionalisasi Variabel/Konsep	41
3.5	Teknik Pengumpulan Data	44
3.5.1	Data Primer	44
3.6	Teknik Pengukuran Data.....	45
3.6.1	Uji Validitas (<i>Pre-test</i>).....	45
3.6.2	Uji Reliabilitas (<i>Pre-test</i>).....	47
3.7	Teknik Analisis Data.....	49
3.7.1	Uji Normalitas.....	49
3.7.2	Uji Koefisien Korelasi.....	49
3.7.3	Uji Regresi Linear Sederhana	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	51
4.1.1.	Subjek Penelitian	51
4.1.2.	Objek Penelitian.....	51
4.2	Hasil Penelitian	54
4.2.1	Karakteristik Responden.....	54
4.2.2	Variabel Electronic Word of Mouth (X).....	57
4.2.3	Variabel Minat Beli (Y).....	67
4.2.4	Uji Validitas	74
4.2.5	Uji Reliabilitas	76
4.2.6	Uji Normalitas.....	78
4.2.7	Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.2.8	Uji Korelasi.....	80
4.2.9	Uji Regresi Linear Sederhana	81
4.3	Pembahasan.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran.....	89

5.2.1 Saran Akademis	89
5.2.2 Saran Praktis	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	95



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	35
 Tabel 3. 1 Ukuran Sampel yang Dibutuhkan	40
Tabel 3. 2 Tabel Operasionalisasi Variabel X	41
Tabel 3. 3 Tabel Operasionalisasi Variabel Y	43
Tabel 3. 4 Uji Validitas (Pre-Test) Variabel X (Electronic Word of Mouth)	46
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli).....	47
Tabel 3. 6 Nilai Alpha Cronbach's	48
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas (Pre-Test) Variabel X	48
Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas (Pre-Test) Variabel Y	49
Tabel 3. 9 Nilai Koefisien Korelasi.....	50
 Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 3 Dimensi Intensity	57
Tabel 4. 4 Dimensi Valance of Opinion.....	61
Tabel 4. 5 Dimensi Content	63
Tabel 4. 6 Dimensi Minat Eksploratif.....	68
Tabel 4. 7 Minat Preferensial	70
Tabel 4. 8 Minat Transaksional.....	72
Tabel 4. 9 Minat Referensial.....	73
Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel X	75
Tabel 4. 11 Uji Validitas Y	76
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Variabel X.....	77
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	77
Tabel 4. 14 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	78
Tabel 4. 15 Korelasi Pearson	80
Tabel 4. 16 Uji Regresi Linear Sederhana (Model Summary).....	81
Tabel 4. 17 Uji Regresi Linear Sederhana (Coefficients)	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 2023 Analysis of Global Hallyu Status	2
Gambar 1. 2 Digital 2025 Global Overview Report	3
Gambar 1. 3Album Suho 1 to 3 (Photobook Version).....	6
Gambar 1. 4 Smart Album SMini	7
Gambar 3. 1 Akun X/Twitter SMTOWN Indonesia.....	38
Gambar 3. 2 Akun Instagram SMTOWN Indonesia.....	39
Gambar 4. 1 Bentuk eWOM di X/Twitter	52
Gambar 4. 2 eWOM tutorial di TikTok	53
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Grup Favorit	56
Gambar 4. 4 Histogram Chart	79
Gambar 4. 5 Uji Heteroskedastisitas	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. A Turnitin	95
Lampiran. B Konsultasi Form.....	96
Lampiran. C Pertanyaan Google Form	97
Lampiran. D Hasil Olah Data SPSS.....	105



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA