

**PENGARUH KREDIBILITAS PESAN ELECTRONIC WORD
OF MOUTH (EWOM) TERHADAP MINAT BELI MOBIL
BATTERY ELECTRIC VEHICLE (BEV) WULING PADA
PENGGUNA TIKTOK DI JAKARTA**



SKRIPSI

MARIA CLARISSA MANALU

00000056878

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

2025

**PENGARUH KREDIBILITAS PESAN ELECTRONIC WORD
OF MOUTH (EWOM) TERHADAP MINAT BELI MOBIL
BATTERY ELECTRIC VEHICLE (BEV) WULING PADA
PENGGUNA TIKTOK DI JAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

MARIA CLARISSA MANALU

00000056878

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Maria Clarissa Manalu

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056878

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KREDIBILITAS PESAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH
(EWOM) TERHADAP MINAT BELI MOBIL BATTERY ELECTRIC
VEHICLE (BEV) WULING PADA PENGGUNA TIKTOK DI JAKARTA**

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 magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 24 Juni 2025



Maria Clarissa Manalu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH KREDIBILITAS PESAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH
(EWOM) TERHADAP MINAT BELI MOBIL BATTERY ELECTRIC
VEHICLE (BEV) WULING PADA PENGGUNA TIKTOK DI JAKARTA

Oleh

Nama : Maria Clarissa Manalu
NIM : 00000056878
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 8 Juli 2025
Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0326098501

Penguji

Drs. Asep Sutresna, M.A.
NIDN 0307126303

Pembimbing

Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
NIDN 0309027705

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Clarissa Manalu
NIM : 00000056878
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Kredibilitas Pesan *Electronic Word of Mouth* (EWOM) Terhadap Minat Beli Mobil *Battery Electric Vehicle* (BEV) Wuling pada Pengguna TikTok di Jakarta

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, 24 Juni 2025



(Maria Clarissa Manalu)

* 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

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala limpahan berkat, karunia, rahmat kekuatan, kesehatan, dan keteguhan dari-Nya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., 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. Bapak Drs. Asep Sutresna, M.A. selaku Penguji yang telah memberikan masukan dan arahan ketika sidang skripsi.
6. Ibu Intan Primadini, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Sidang yang telah memberikan masukan dan arahan ketika sidang skripsi.
7. Mami Jansi, Papi Simon, Dion, dan segenap keluarga penulis yang senantiasa memberikan segala bentuk dukungan dan doa yang luar biasa, sehingga penulis sanggup melaksanakan proses perkuliahan sejak awal hingga penyusunan skripsi ini selesai.
8. Ivana, Rachel, Ade, Cafrizky, Janice, Farhan, Tricia, Troy, Arnetha, Kalila, dan teman-teman lain yang senantiasa mendukung, membantu, dan menemani penulis dalam upaya penulisan skripsi ini, dan telah senantiasa menemani hari-hari perkuliahan saya selama ini.
9. Kohi dan Olaf yang telah hadir sejak awal perkuliahan penulis, dan senantiasa menimbulkan suka cita setiap hari bagi penulis.
10. Rekan-rekan Dyandra Promosindo yang telah memberikan kepercayaan bagi penulis untuk terlibat dalam pameran otomotif, sehingga penulis

memperoleh pemahaman mengenai industri kendaraan listrik dan memperoleh inspirasi untuk penyusunan skripsi ini.

Masih banyak pihak-pihak yang lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang dalam berbagai cara telah mendukung penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar berkat dukungan, bantuan, dan doa dari begitu banyak pihak. Oleh karena itu, kiranya segala kebaikan yang telah diberikan berbagai pihak mendapatkan balasan berkat yang berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha. Kiranya karya yang sederhana ini dapat membawa manfaat bagi banyak pihak.

Tangerang, 24 Juni 2025



Maria Clarissa Manalu

PENGARUH KREDIBILITAS PESAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP MINAT BELI MOBIL BATTERY ELECTRIC VEHICLE (BEV) WULING PADA PENGGUNA TIKTOK DI JAKARTA

Maria Clarissa Manalu

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun belakangan, angka penjualan kendaraan listrik di Indonesia mulai menunjukkan peningkatan secara signifikan. Meski begitu, survei yang diselenggarakan oleh salah satu lembaga terkemuka menunjukkan bahwa minat beli masyarakat terhadap kendaraan listrik masih rendah. Padahal, Pemerintah Indonesia telah menetapkan target penggunaan mobil listrik mencapai 2 juta unit di jalan pada 2030. Berlandaskan hal tersebut, dan dengan mempertimbangkan tingginya konsumsi masyarakat Indonesia terhadap media sosial TikTok, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari tahu ada atau tidaknya pengaruh dari kredibilitas pesan *Electronic Word of Mouth* (EWOM) terhadap minat beli produk mobil *Battery Electric Vehicle* (BEV) Wuling pada pengguna TikTok di Jakarta, serta untuk mencari tahu seberapa besar pengaruhnya. Pemilihan produk BEV dari merek Wuling untuk dikaji dalam penelitian ini didasarkan oleh pencapaian positif penjualan BEV Wuling seperti Air EV, Binguo EV, dan Cloud EV, khususnya di wilayah DKI Jakarta, sehingga menunjukkan potensi pasar di Jakarta. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, dengan sifat penelitian eksplanatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah penyebaran kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan kuat antara kredibilitas pesan EWOM dengan minat beli mobil BEV Wuling pada pengguna TikTok di Jakarta. Temuan ini selaras dengan prediksi dari *Social Judgment Theory* yang menjelaskan bahwa penerimaan EWOM akan berkaitan dengan timbulnya minat beli apabila pesan dari EWOM tersebut masuk pada rentang penerimaan dalam benak individu.

Kata kunci: *electronic word of mouth*, minat beli, Wuling, TikTok, *Social Judgment Theory*

THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) MESSAGE CREDIBILITY ON PURCHASE INTENTION OF WULING BATTERY ELECTRIC VEHICLES (BEVS) AMONG TIKTOK USERS IN JAKARTA

Maria Clarissa Manalu

ABSTRACT

In recent years, electric vehicle (EV) sales in Indonesia have shown a significant increase. Nevertheless, a survey conducted by a prominent institution revealed that public purchase intention toward electric vehicles remains relatively low. This is concerning, given that the Indonesian government has set a target of having two million electric cars on the road by 2030. In light of this, and considering the high level of social media consumption—particularly TikTok—among Indonesians, this study aims to examine whether Electronic Word of Mouth (EWOM) message credibility influences the purchase intention of Wuling Battery Electric Vehicles (BEVs) among TikTok users in Jakarta, as well as to determine the extent of such influence. The selection of Wuling's BEV products as the focus of this study is based on the positive sales performance of Wuling BEVs, such as the Air EV, Binguo EV, and Cloud EV, particularly in the Jakarta area, indicating the market potential in Jakarta. This research adopts a quantitative approach with an explanatory research design. Data were collected through the distribution of questionnaires. The findings of this study indicate a strong and positive relationship between the credibility of EWOM messages and the purchase intention of Wuling BEV among TikTok users in Jakarta. This finding aligns with the predictions of Social Judgment Theory, which explains that the acceptance of EWOM is linked to the emergence of purchase intention when the EWOM message falls within the individual's latitude of acceptance.

Keywords: *electronic word of mouth, purchase intention, Wuling, TikTok, Social Judgment Theory*

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	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian	13
1.5.1 Kegunaan Akademis	13
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	13
1.6 Batasan Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1. <i>Social Judgment Theory</i>	21
2.3 Landasan Konsep	23
2.3.1. Kredibilitas Pesan <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i>	23
2.3.2. <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli).....	29
2.4 Hipotesis Teoritis.....	32
2.5 Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian.....	34

3.3	Populasi dan Sampel.....	35
3.4	Operasionalisasi Variabel/Konsep.....	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	42
3.5.1.	Data Primer	43
3.5.2.	Data Sekunder	43
3.6	Teknik Pengukuran Data	43
3.6.1.	Uji Validitas	44
3.6.2.	Uji Reliabilitas	46
3.7	Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1.	Statistik Deskriptif	47
3.7.2.	Uji Normalitas	48
3.7.3.	Uji Korelasi.....	48
3.7.4.	Uji Regresi Linier Sederhana	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	50
4.1.1.	Subjek Penelitian	50
4.1.2.	Objek Penelitian.....	51
4.2	Hasil Penelitian.....	53
4.2.1.	Analisis Deskriptif Profil Responden.....	54
4.2.2.	Analisis Deskriptif Variabel Kredibilitas Pesan EWOM (X)	56
4.2.3.	Analisis Deskriptif Variabel Dependen (Y) Minat Beli.....	67
4.2.4.	Uji Normalitas	73
4.2.5.	Uji Korelasi.....	75
4.2.6.	Uji Regresi Linier Sederhana	76
4.3	Pembahasan	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran.....	85
5.2.1	Saran Akademis	85
5.2.2	Saran Praktis.....	86
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN.....		95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1. Operasionalisasi Konsep Kredibilitas Pesan EWOM	39
Tabel 3.2. Operasionalisasi Konsep Minat Beli	41
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel X (EWOM)	44
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli)	45
Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Kredibilitas Pesan EWOM)	46
Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli)	47
Tabel 3.7. Pedoman Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi	49
Tabel 4.1. Komposisi Profil Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.2. Komposisi Profil Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 4.3. Pernyataan dan Komposisi Jawaban Dimensi Konten	56
Tabel 4.4. Pernyataan dan Jawaban Dimensi Konsistensi Rekomendasi	61
Tabel 4.5. Pernyataan dan Komposisi Jawaban Dimensi Kualitas	62
Tabel 4.6. Pernyataan dan Komposisi Jawaban Dimensi Volume	66
Tabel 4.7. Pernyataan dan Komposisi Jawaban Dimensi Minat Eksploratif	67
Tabel 4.8. Pernyataan dan Komposisi Jawaban Dimensi Minat Preferensial	70
Tabel 4.9. Pernyataan dan Komposisi Jawaban Dimensi Minat Transaksional ...	71
Tabel 4.10. Pernyataan dan Komposisi Jawaban Dimensi Minat Referensial	72
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	73
Tabel 4.12. Hasil Uji Korelasi Rank Spearman	75

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik pertumbuhan penggunaan mobil listrik dunia 2019-2023	1
Gambar 1.2. Grafik pertumbuhan penjualan BEV di Indonesia	3
Gambar 1.3. Informasi Mengenai “#Wuling” pada TikTok Creative Center.....	7
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran dalam Penelitian Ini.....	33
Gambar 4.1. Konten EWOM Tentang Mobil BEV Wuling di TikTok	52
Gambar 4.2. Diagram Komposisi Profil Responden Berdasarkan Usia	54
Gambar 4.3. Diagram Komposisi Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	55
Gambar 4.4. Hasil Uji Normalitas Histogram pada <i>Standardized Residual</i>	74
Gambar 4.5. Hasil Uji Normalitas Normal <i>Probability Plot</i>	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin	95
Lampiran B. Konsultasi Form.....	96
Lampiran C. Output SPSS Uji Validitas Variabel X	97
Lampiran D. Output SPSS Uji Validitas Variabel Y	97
Lampiran E. Output SPSS Uji Reliabilitas Variabel X.....	98
Lampiran F. Outpus SPSS Uji Reliabilitas Variabel Y.....	98
Lampiran G. Output SPSS Uji Statistik Deskriptif Profil Responden.....	98
Lampiran H. Output SPSS Mean Variabel X	99
Lampiran I. Output SPSS Mean Variabel Y	100
Lampiran J. Output SPSS Statistik Deskriptif Frekuensi Variabel X.....	100
Lampiran K. Output SPSS Statistik Deskriptif Frekuensi Variabel Y	104
Lampiran L. Hasil Jawaban Kuesioner Google Form.....	106
Lampiran M. Bukti Penyebaran Kuesioner.....	116

