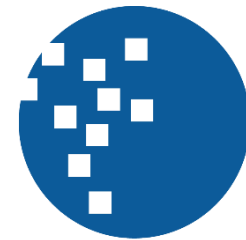


**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* MELALUI
APLIKASI TIKTOK TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PRODUK *FACETOLOGY TRIPLE CARE SUNSCREEN***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Chafaradilla Claudia Fernandez

00000058397

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* MELALUI
APLIKASI *TIKTOK* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PRODUK *FACETOLOGY TRIPLE CARE SUNSCREEN***



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Chafaradilla Claudia Fernandez

00000058397

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Chafaradilla Claudia Fernandez

Nomor Induk Mahasiswa : 00000058397

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* MELALUI APLIKASI
TIKTOK TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK FACETOLOGY
TRIPLE CARE SUNSCREEN

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, 29 November 2024



Chafaradilla Claudia Fernandez

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Melalui Aplikasi TiktTok Terhadap
Purchase Intention Produk *Facetology Triple Care Sunscreen*

Oleh

Nama : Chafaradilla Claudia Fernandez

NIM : 00000058397

Program Studi : Manajemen

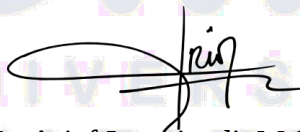
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 29 November 2024

Pembimbing



Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* MELALUI APLIKASI
TIKTOK TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *FACETOLOGY*
TRIPLE CARE SUNSCREEN

Oleh

Nama : Chafaradilla Claudia Fernandez
NIM : 00000058397
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 09 Desember 2024

Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Hendro Budiyanto, S.Pd., MM
0315107502

Penguji



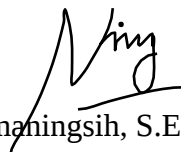
Ika Yanuarti, S.E., M.S.F
0708017601

Pembimbing



Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D
0316026404

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chafaradilla Claudia Fernandez
NIM : 00000058397
Program Studi : Manajemen
Jenjang : D3/S1/S2* (pilih salah satu)
Judul Karya Ilmiah : PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
MELALUI APLIKASI TIKTOK TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PRODUK *FACETOLOGY TRIPLE CARE SUNSCREEN*

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, 29 November 2024



Chafaradilla Claudia Fernandez

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria atas selesainya penulisan karya ilmiah dengan judul “***Pengaruh Electronic Word of Mouth Melalui Aplikasi TikTok Terhadap Purchase Intention Produk Facetology Triple Care Sunscreen***” yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Penulis mensyukuri atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, mengucapkan terima kasih, kepada:

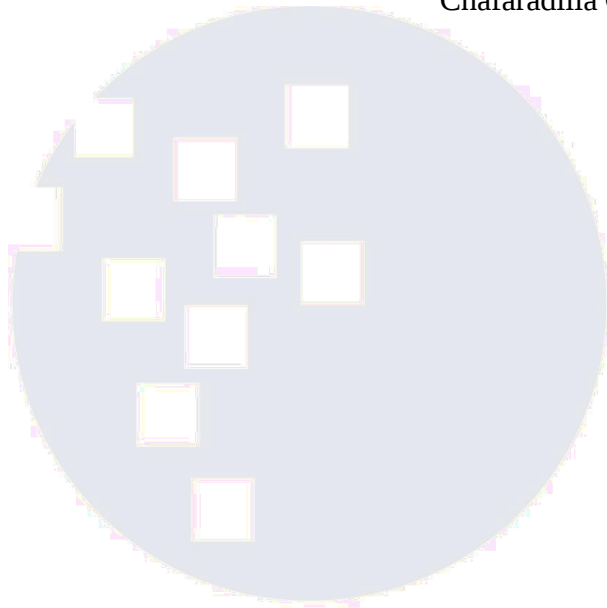
1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari, T., S.Sos., MBA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D, selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Mama, Bapak, Adik, serta Keluarga Besar saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman saya yaitu Shafa, Aimar, dan Cia yang telah memberikan dukungan dan menemani selama proses perkuliahan hingga saat ini penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir dengan tepat waktu.
7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat, baik untuk sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembaca.

Tangerang, 29 November 2024



Chafaradilla Claudia Fernandez



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* MELALUI
APLIKASI TIKTOK TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PRODUK *FACETOLOGY TRIPLE CARE SUNSCREEN***

Chafaradilla Claudia Fernandez

ABSTRAK

Perkembangan internet yang semakin cepat, masyarakat kini memasuki era kelimpahan informasi di mana media sosial memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan. Selain itu, promosi mulut ke mulut elektronik (e-WOM) telah menggantikan iklan dari mulut ke mulut tradisional. Saat ini, banyak bisnis menggunakan e-WOM sebagai strategi pemasaran mereka di berbagai platform media sosial. TikTok adalah salah satu platform yang paling populer di kalangan masyarakat. Facetology adalah merek perawatan kulit yang menjadi viral pada tahun 2022 karena produk sunscreen-nya yang banyak diperbincangkan di TikTok. Dengan menggunakan model adopsi informasi (kualitas, kuantitas, kredibilitas, kegunaan, dan adopsi informasi), penelitian ini meneliti pengaruh e-WOM melalui aplikasi TikTok terhadap niat beli pelanggan untuk membeli produk Facetology *Triple Care Sunscreen*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 165 orang yang berpartisipasi. Penelitian ini menggunakan model analisis struktur equation modelling (SEM-PLS) bersama dengan tools SMARTPLS 4. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas, kuantitas, dan kredibilitas informasi memengaruhi kegunaan informasi, kegunaan informasi memengaruhi adopsi informasi, dan adopsi informasi memengaruhi keinginan untuk membeli Facetology *Triple Care Sunscreen*.

Kata kunci: *e-WOM, Model Adopsi Informasi, Niat Membeli*

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* MELALUI
APLIKASI *TIKTOK* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PRODUK *FACETOLOGY TRIPLE CARE SUNSCREEN***

(Chafaradilla Claudia Fernandez)

ABSTRACT (English)

The rapid development of the internet, society is now entering an era of abundant information where social media plays an important role in various aspects of life. In addition, electronic word of mouth (e-WOM) has replaced traditional word of mouth advertising. Currently, many businesses use e-WOM as their marketing strategy on various social media platforms. TikTok is one of the most popular platforms among the public. Facetology is a skincare brand that went viral in 2022 because of its sunscreen products that were widely discussed on TikTok. Using the information adoption model (quality, quantity, credibility, usefulness, and adoption of information), this study examines the effect of e-WOM through the TikTok application on customer purchase intentions to buy Facetology Triple Care Sunscreen products. This study uses a quantitative research method by distributing questionnaires to 165 participants. This study uses a structural equation modeling (SEM-PLS) analysis model together with the SMARTPLS 4 tool. The results show that the quality, quantity, and credibility of information affect the usefulness of information, the usefulness of information affects the adoption of information, and the adoption of information affects the desire to buy Facetology Triple Care Sunscreen.

Keywords: *e-WOM, Information Adoption Model, Purchase Intention*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Batasan Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Tinjauan Teori	13
2.2 Model Penelitian	17
2.3 Hipotesis	18
2.4 Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	23
3.2 Desain Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Operasionalisasi Variabel	31
3.6 Teknik Analisis Data	36
3.7 Uji Hipotesis	40

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Karakteristik Responden.....	42
4.2 Analisis Statistik.....	42
4.3 Analisis Deskriptif.....	47
4.4 Uji <i>Pre-Test</i>	58
4.5 Uji Hipotesis.....	63
4.6 Uji Hipotesis.....	70
4.7 Pembahasan	74
4.8 Implikasi Manajerial.....	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Simpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	87

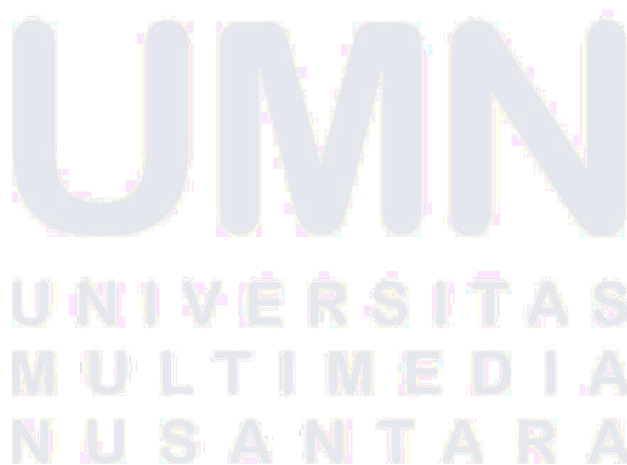


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	31
Tabel 3.2 Uji Validitas	36
Tabel 3.3 Measurement Model	39
Tabel 3.4 Structural Model	40
Tabel 3.5 Uji Hipotesis	41
Tabel 4.1 Kategori Penilaian Responden	47
Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Information Quality	48
Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap Variabel Information Quantity	50
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel Information Credibility	52
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel Information Usefulness.....	53
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel Information Adoption	55
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel Purchase Intention.....	57
Tabel 4.8 Hasil Pre-Test Uji Validitas	59
Tabel 4.9 Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.10 Discriminant Validity & Reliability.....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Cross-Loading Factor	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion	67
Tabel 4.13 Hasil Uji R-Square	68
Tabel 4.14 Hasil Uji F Square	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Direct Effect	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Indirect Effect	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Indonesia (2014-2024).....	1
Gambar 1.2 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia (2024).....	2
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Media Sosial Tiktok di Dunia (2024)	3
Gambar 1.4 TOP Sunscreen Brand 2024	4
Gambar 1.5 Kategori Video Paling Banyak Dicari Pengguna TikTok Indonesia (2022).....	5
Gambar 1.6 Akun Resmi TikTok Facetology (2024)	6
Gambar 1.7 Produk Terlaris Facetology di TikTok	7
Gambar 2.1 Model Penelitian	18
Gambar 3.1 Logo Facetology.....	23
Gambar 3.2 Model Keseluruhan Penelitian	40
Gambar 4.1 Profil Responden Pengguna Aplikasi TikTok.....	42
Gambar 4.2 Profil Responden Pernah Melihat Konten Produk Facetology.....	43
Gambar 4.3 Profil Responden berdasarkan Usia	43
Gambar 4.4 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 4.5 Profil Responden berdasarkan Domisili.....	44
Gambar 4.6 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4.7 Profil Responden berdasarkan Pendapatan	46
Gambar 4.8 Profil Responden berdasarkan Anggaran Membeli.....	46
Gambar 4.9 Hasil Uji Outer Model	63
Gambar 4.10 Hasil Uji Path Coefficients.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	87
Lampiran B. Formulir Bimbingan Skripsi	88
Lampiran C. Lampiran Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (Pre-Test)	89
Lampiran D. Uji Validitas dan Reliabilitas (Main Test)	95
Lampiran E. Uji Hipotesis (Main-Test)	97
Lampiran F. Jurnal Utama.....	98
Lampiran G. Kuesioner	107

