

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DI MEDIA SOSIAL
TIKTOK TERHADAP *PURCHASE DECISIONS* PRODUK *SKINCARE X***

QOTRUNNADA YASMIN FIRDAUSI

1702519007



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Karya ilmiah ini disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya**

DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

***THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH IN TIKTOK SOCIAL
MEDIA ON PURCHASE DECISIONS OF SKINCARE PRODUCTS X***

QOTRUNNADA YASMIN FIRDAUSI

1702519007



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

***Resarch papew was written to fulfill one the requirements to get the title of
Diploma at the Faculty of Economics, State Univerwsity of Jakarta***

MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2023

ABSTRAK

Qotrunnada Yasmin Firdausi, 2023: Pengaruh *Electronic word of mouth* Di Media Sosial Tiktok Terhadap *Purchase decisions* Produk *Skincare X*, Karya Ilmiah, Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk menganalisis pengaruh *Electronic word of mouth* aplikasi Tiktok terhadap *Purchase decision* produk *Skincare X*. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode survey dengan menggunakan kuesioner secara online menggunakan google form. Sampel yang diambil adalah 162 responden. Subjek penelitian ini adalah masyarakat kota DKI Jakarta. Metode analisis data menggunakan analisis statistika deskriptif dan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan metode IMB SPSS Versi 25 untuk mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang setuju bahwa *electronic word of mouth* memudahkan para customer untuk menggali informasi terkait produk *skincare X*. Dalam koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai sebesar 0,590. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 59% *purchase decision* ditentukan dari *electronic word of mouth* dan sisanya 41% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : *Electronic word of mouth*, *Purchase decision*, Tiktok Shop, *Skincare*

ABSTRACT

Qotrunnada Yasmin Firdausi, 2023: The Effect of Electronic word of mouth on Tiktok Social Media on Purchase decisions for Skincare X Products, Scientific Work, DIII Marketing Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University.

This study aims to analyze the effect of the TikTok application's Electronic word of mouth on the Purchase decision of Skincare X products. The data collection method uses a survey method by using an online questionnaire using the Google form. The samples taken were 162 respondents. The subject of this research is the people of DKI Jakarta. The data analysis method uses descriptive statistical analysis and simple linear regression analysis using the IMB SPSS Version 25 method to process the data. The results of the study show that respondents agree that electronic word of mouth makes it easier for customers to dig up information related to skincare products X. The coefficient of determination (R^2) shows that the value is 0.590. So it can be concluded that 59% of purchase decisions are determined from electronic word of mouth and the remaining 41% is influenced by other variables outside the research.

Keywords: Electronic word of mouth, Purchase decision, TikTok Shop, Skincare

LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL KARYA ILMIAH

Lembar Persetujuan Proposal Karya Ilmiah

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SEMINAR PROPOSAL KARYA ILMIAH	
Mengetahui,	
Koordinator Program Studi Pemasaran Digital Program Sarjana Terapan	Pembimbing
	
<u>Dra. Sholikhah, M.M</u> NIP. 196206231990032001 12 Desember 2022	<u>Ika Febrilia S.E., M.M</u> NIP. 198702092015042001 12 Desember 2022
Nama : Qotrunnada Yasmin Firdausi	
No. Registrasi : 1702519007	
Program Studi :	

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru




LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dra. Sholikhah, MM NIP. 196206231990032001 (Ketua)		26 Januari 2023
2	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP. 199308272020122024 (Penguji Ahli)		26 Januari 2023
3	Ika Febrilia, SE, M.M. NIP. 198702092015042001 (Pembimbing)		26 Januari 2023

Nama : Qotrunnada Yasmin Firdausi
No. Registrasi : 1702519007
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus : 9 Januari 2023

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda yang di bawah ini, saya:

Nama : Qotrunnada Yasmin Firdausi

NIM : 1702519007

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Tahun Akademik : 2019

Dengan ini saya menyatakan baha isi karya ilmiah dengan judul “**Pengaruh *Electronic word of mouth* Di Media Sosial Tiktok Terhadap *Purchase decisions* Produk *Skincare X*”** ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiarism atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada Saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya Saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, 12 Januari 2023

Yang menyatakan

Qotrunnada Yasmin Firdausi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti penjabarkan kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya. Sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul **“Pengaruh *Electronic word of mouth* Di Media Sosial Tiktok Terhadap *Purchase decisions* Produk *Skincare X*”** ini dengan baik. Penyusunan Karya Ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat wajib untuk mencapai gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan Karya Ilmiah ini. Dalam melakukan penyusunan karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan oleh banyak pihak yang telah memberikan masukan dan saran. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Ika Febrilia S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing PKL Karya Ilmiah yang selalu meluangkan waktunya dalam memberikan arahan, masukan dan dukungan kepada peneliti dalam menyusun Karya Ilmiah ini.
2. Ibu Dra. Sholikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyusun Karya Ilmiah ini.
3. Bapak Dr. Ari Suptono, S.E., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dosen-dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti belajar dan menimba ilmu di bangku perkuliahan.
5. Keluarga tercinta Retno Muswati, Dedi Kusmadi, Fatimah Muslimah Q, Hafizhah Zahra R Dan M. Bilal Ibadurahman I yang telah memberikan motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Serta para orang yang tersayang Erlangga Putra Bhayangkara, Elfrida Firdausy, Febby Chantika Dan Yuliawana Purnama Siregar yang telah

memotivasi, saran dan arahan agar penelitian ini segera diselesaikan dengan hasil yang memuaskan.

7. Teman-teman DIII Manajemen Pemasaran Angkatan 2019 yang telah memberikan motivasi, dukungan dan kebersamaan selama peneliti duduk di bangku kuliah.

Peneliti menyadari dalam penulisan Karya Ilmiah masih banyak kekurangannya dari penyajian materi dan teknik penelitian yang di pakai. Untuk itu peneliti mohon maaf atas kesalahan dalam penulisan Karya Ilmiah, peneliti juga mengharapkan saran dan masukan agar menjadi lebih baik lagi. Semoga karya ilmiah ini bisa bermanfaat bagi pembaca terutama dalam mengetahui pengetahuan dalam pemasaran.

Jakarta, Januari 2023

Qotrunnada Yasmin Firdausi