

**PENGARUH IKLAN, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(EWOM), DAN KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI
PADA PRODUK *SKINCARE***

RANI WULANDARI

1707618051



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

THE EFFECT OF ADVERTISEMENT, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM), AND BRAND AWARENESS ON PURCHASE INTENTION IN SKINCARE PRODUCTS

RANI WULANDARI

1707618051



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis is written as a qualification to get Educational Bachelor Degree on
Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta*

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

ABSTRAK

RANI WULANDARI. Pengaruh Iklan, *Electronic Word Of Mouth* (EWOM), dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli pada Produk *Skincare*. Skripsi. Jakarta. Program Studi Pendidikan Bisnis. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Iklan, *Electronic Word of Mouth*, dan Kesadaran Merek terhadap Niat Beli pada Produk *Skincare*. Metode yang digunakan pada penelitian adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* khususnya *Purposive Sampling*. Populasi terjangkau pada penelitian ini adalah pengguna internet yang pernah melihat informasi *skincare* merek Scarlett Whitening pada media sosial dengan jumlah 216 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistika deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah variabel iklan berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli. *Electronic word of mouth* (EWOM) berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli. Kesadaran merek berpengaruh secara positif signifikan terhadap niat beli.

Kata Kunci: Iklan, EWOM, Kesadaran Merek, dan *Skincare*

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

ABSTRACT

RANI WULANDARI. *The Effect of Advertisement, Electronic Word of Mouth (EWOM), and Brand Awareness on Purchase Intention in Skincare Products.* Thesis. Jakarta. Study Program of Business Education. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta. 2023. This research aims to determine the effect of Advertisement, Electronic Word of Mouth, and Brand Awareness on Purchase Intentions in Skincare Products. The method used in this research is a quantitative method with non-probability sampling techniques, especially purposive sampling. The reachable population in this study were internet users who had seen information on skincare for the Scarlett Whitening brand on social media with a total of 216 respondents. The data analysis technique used is descriptive statistics, data quality test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The result of this study is that the advertisement variable has a significant positive effect on purchase intention. Electronic word of mouth (EWOM) has a significant positive effect on purchase intention. Brand awareness has a significant positive effect on purchase intention.

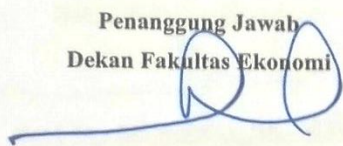
Keywords: Advertisement, EWOM, Brand Awareness and Skincare

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*





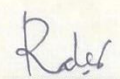
LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



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

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Prof. Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011 (Ketua Penguji)		21-2-2023
2	<u>Dr. Osly Usman, SE., M.Bus</u> NIP. 197401152008011008 (Penguji 1)		21-2-2023
3	<u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIP. 198404082019031003 (Penguji 2)		16-2-2023
4	<u>Ika Febrilia, SE., M.M</u> NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 1)		21-2-2023
5	<u>Rahmi, SE., M.S.M</u> NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		21-2-2023

Nama : Rani Wulandari
No. Registrasi : 1707618051
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 13 Februari 2023

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

F072020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini dipublikasikan, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 19 Januari 2023



Rani Wulandari

NIM. 1707618051

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rani Wulandari
NIM : 1707618051
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/Prodi Pendidikan Bisnis
Alamat email : edu.raniwulandari8@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Iklan, *Electronic Word of Mouth* (EWOM), dan Kesadaran Merek terhadap Niat Beli pada Produk *Skincare*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Februari 2023
Penulis

(Rani Wulandari)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt, yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan, *Electronic Word Of Mouth* (EWOM), dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli pada Produk Skincare” dengan tuntas.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Pendidikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Terelesaiannya skripsi ini tentu dapat terwujud atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dengan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, S.E., M.PD., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
2. Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
3. Ika Febrilia, SE., M.M., selaku dosen pembimbing I yang senantiasa membimbing dan memberikan saran selama penyusunan skripsi ini;
4. Rahmi, SE., M.S.M., selaku dosen pembimbing II yang senantiasa membimbing dan memberikan saran selama penyusunan skripsi ini;
5. Seluruh jajaran dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan banyak ilmu bermanfaat selama masa perkuliahan;
6. Bapak, Mama, Dwi, dan anggota keluarga lainnya yang selalu mendoakan, menemani, serta memberikan dukungan kepada peneliti;
7. Kakak-kakak dan teman-teman yang telah menjadi mentor skripsi saya;
8. Seluruh teman-teman prodi Pendidikan Bisnis angkatan 2018, BSO Al Iqtishodi FE UNJ, BEMP EA Kabinet Berkarya, dan LDK Salim UNJ Kabinet Penjelajah Samudera yang telah kebersamai.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam skripsi ini. Dengan ini, peneliti terbuka atas kritik serta saran yang bersifat membangun

untuk menyempurnakan skripsi ini. Peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 28 Januari 2023



Rani Wulandari

1707618051



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*