

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH BEAUTY*
VLOGGER TERHADAP NIAT BELI PRODUK WARDAH** (Survei
Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta)

KYLA KASAMIRA
8223164716



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan
Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***THE INFLUENCE ELECTRONIC WORD OF MOUTH BEAUTY
VLOGGER TOWARD PURCHASE INTENTION WARDAH
PRODUCT (Survey on Students of the Economics Faculty, Jakarta State
University)***

**KYLA KASAMIRA
8223164716**



This Scientific Work was prepared to fulfill one of the requirements for obtaining an Associate Expert Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta

***STUDY PROGRAM OF DIII MARKETING MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2019***

ABSTRAK

Kyla Kasamira. 2019. 8223164716. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) Terhadap Niat Beli pada Produk Kosmetik Wardah (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *electronoc word of mouth* (e-WOM) terhadap niat beli pada produk kosmetik Wardah. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 108 responden yang pernah menonton review video dalam sosial media youtube tentang produk kosmetik Wardah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *probably sampling* dengan metode *simple random sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, pengujian hipotesis, dan analisis regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap niat beli. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,205 (20,5%), sedangkan sisanya 0,795 (79,5%) dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini diketahui bahwa *electronic word of mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli. Dengan demikian, hasil penelitian ini sangat relevan dan mendukung antara variabel satu sama lain.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Niat Beli, Wardah, e-WOM.

ABSTRACT

Kyla Kasamira. 2019. 8223164716. The Effect of Electronic Word of Mouth on Purchase Intention of Wardah Cosmetics (Survey on Students of the Economics Faculty, Jakarta State University). DIII Marketing Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

This study aims to analyze the effect of electronic word of mouth on purchase intention of Wardah cosmetics. The data that used in this study was collected from the results of distributing questionnaires to 108 respondents who had watch review video on youtube about products of wardah cosmetics. The sampling technique used is the probably sampling technique with a simple random sampling method. The data analysis technique uses descriptive analysis, hypothesis testing, and simple linear regression analysis. From the results of this study it can be seen that service quality variables influence the corporate image. This is indicated by the coefficient of determination (R^2) of 0.205 (20.5%), while the remaining 0.795 (79.5%) is influenced by other variables. In this study it is known that electronic word of mouth has a significant influence on purchase intention. Thus, the results of this study are very relevant and supportive towards each of variables.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Purchase Intention, Wardah Cosmetics, e-WOM

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KI



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Riwamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.fe.unj.ac.id



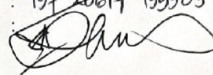
UQAS

AN ISO 9001:2015 CERTIFIED ORGANIZATION

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Dosen Pembimbing

1. Nama : Setyo Perry Wibowo, SE, M. Sr.
2. NIP : 197 20617 199903 1001
3. Tanda tangan : 

Memberikan Persetujuan kepada Mahasiswa dibawah ini :

1. Nama : Kyla Kasamira
2. No. Registrasi : 8223164916
3. Program Studi : DIII Manajemen pemasaran
4. Judul : Pengaruh Electronic word of mouth (e-wom) terhadap Niat Beli produk Kosmetik Wardah (Survei pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Fakultas Ekonomi).

Untuk Mengikuti/Tidak mengikuti* Sidang KI pada tanggal.....

Mengetahui
Koorprodi D3 Manajemen Pemasaran



Dra. Sholikhah, MM
NIP. 19620623 199003 2 001

Jakarta, 29 Juli 2019 .
Mahasiswa Ybs,

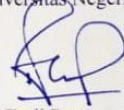


Kyla Kasamira
No.Reg : 8223164916

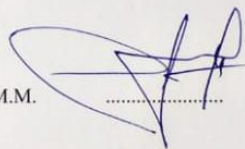


Cat : coret yang tidak perlu *)

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus,
NIP. 196712071992031001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Sidang		
Agung Kresnamurti R P, S.T., M.M. NIP. 197404162006041001		21 Agustus 2019
Penguji Ahli		
Shandy Aditya, BIB, M.PBS NIP. 198404082019031003		21 Agustus 2019
Dosen Pembimbing		
Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. NIP. 197206171999031001		21 Agustus 2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara 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 ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 22 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Kyla Kasamira
NIM. 8223164716

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah SAW, keluarga, dan sahabatnya atas selesainya penulisan karya ilmiah ini dengan judul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) Terhadap Niat Beli pada Produk Kosmetik Wardah.” Adapun penyusunan karya ilmiah ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi praktikan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Tentunya dalam penulisan karya ilmiah ini banyak kendala yang dihadapi praktikan, namun berkat bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak yaitu seluruh anggota keluarga terutama Orang Tua, maupun teman-teman, dan orang terdekat yang akhirnya praktikan dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

Dengan diselesaikannya penyusunan karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan oleh banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada praktikan. Untuk itu Praktikan mengucapkan terimakasih kepada :

1. Setyo Ferry Wibowo, SE, M. Si, selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan membimbing dalam proses penyusunan karya ilmiah ini.
2. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

3. Prof. Dr. Dedi Purwana E.S, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Seluruh Dosen Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dan memberikan ilmu bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Warganet Group, Diajeng Agustiana & Kim Hanbin, yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan karya ilmiah.
6. Semua teman-teman Fakultas Ekonomi jurusan DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2016 yang telah memberikan dukungan yang tulus untuk praktikan.
7. Semua pihak yang tidak dapat praktikan sebut satu persatu yang telah membantu kelancaran karya ilmiah ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, praktikan menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga praktikan mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan karya ilmiah ini, semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi praktikan dan para pembaca.

Jakarta, 29 Juli 2019

Peneliti

Kyla Kasamira