

**ANALISIS DESKRIPTIF *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
DAN MINAT BELI PADA PRODUK MINUMAN BOBA  
(Studi pada Generasi *Millennial* Pengguna Instagram)**

**TUGAS AKHIR**



**KARTIKA AYUNING GALUH PRADEA  
1181903027**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2020**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas akhir ini adalah karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Kartika Ayuning Galuh Pradea**

**NIM : 1181903027**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 11 September 2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Tugas Akhir ini diajukan oleh:**

Nama : Kartika Ayuning Galuh Pradea  
NIM : 1181903027  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : FEIS (Ekonomi dan Sosial)  
Judul Skripsi : Analisis Deskriptif *Electronic Word of Mouth* dan Minat Beli pada Produk Minuman Boba (Studi Pada Generasi Millennial Pengguna Instagram)

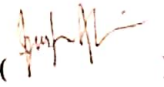
**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari pernyataan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Eli Jamilah Mihardja, SS, M.Si, Ph.D

(  )

Penguji 1 : Dr Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si

(  )

Penguji 2 : Dr Tuti Widiastuti M.Si

(  )

**Ditetapkan di : Jakarta**

**Tanggal : 11 September 2020**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan tepat waktu. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie pada tahun 2020. Penulisan Tugas Akhir ini juga tidak terlepas dari doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan juga keluarga yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Muhammad Rasyid Ridha selaku teman yang selalu mendampingi dan membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir. Terima kasih sebesar-besarnya karena telah mau mendengarkan keluh kesah, memberikan masukan, dan selalu menghibur.
3. Ibu Eli Jamilah Mihardja, SS, M. Si, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir berupa ilmu, waktu, kritik, dan saran yang membangun selama pengerjaan Tugas Akhir.
4. Ibu Dr Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Penguji dalam sidang tugas akhir yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun hingga penulisan ini dapat selesai.
5. Ibu Dr Tuti Widiastuti, M.Si. selaku Sekretaris/Penguji II dalam sidang tugas akhir yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun hingga penulisan ini dapat selesai.
6. Ibu Dr Suharyanti, M.S.M selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan.
7. Seluruh dosen pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran yang berharga selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Pimpinan dan Staf pada Biro Sumber Daya Manusia, Organisasi, dan Tata Laksana Sekretariat Kabinet atas motivasi dan dukungannya selama perkuliahan berlangsung.

9. Seluruh Staf dan Administrasi Universitas Bakrie (khususnya Mas Taufik) yang memberikan bantuan dan dukungan sangat berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir.
10. Seluruh teman-teman Marketing Communication Kelas B Batch 10 Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie atas kerjasama, perjuangan suka dan duka, dan pengalaman yang luar biasa selama kurang lebih 1,5 tahun.

Dalam penulisan Tugas Akhir penulis menyadari terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kekurangan tersebut. Semoga karya ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, September 2020

**Kartika Ayuning Galuh P**  
**1181903027**

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kartika Ayuning Galuh Pradea

NIM : 1181903027

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Karya Ilmiah/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ANALISIS DESKRIPTIF *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
DAN MINAT BELI PADA PRODUK MINUMAN BOBA”  
(Studi pada Generasi *Millenial* Pengguna Instagram)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 11 September 2020

Yang Menyatakan,



(KARTIKA AYUNING GALUH P)

**“Analisis Deskriptif *Electronic Word Of Mouth* dan Minat Beli pada Produk Minuman Boba (Studi pada Generasi Millennial Pengguna Instagram)”**

**KARTIKA AYUNING GALUH PRADEA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *Electronic Word of Mouth* dan Minat Beli pada Produk Minuman Boba. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei deskriptif dalam mengumpulkan data. Terdapat dua variabel pada penelitian ini yaitu variable *Electronic Word of Mouth* dan Variabel Minat Beli. Populasi dalam penelitian ini merupakan generasi milenial pengguna Instagram. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan *non probability sampling* melalui metode *accidental sampling*. Jumlah sampel yang berhasil dikumpulkan pada penelitian ini adalah 100 orang responden. Teknik pengumpulan data dengan membagikan link berupa google form yang dibagikan kepada responden melalui *direct message* maupun di media sosial Instagram. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* dan minat beli memiliki peran positif produk minuman boba.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth*, Minat Beli, Instagram, Generasi Milenial

**“ A Descriptive Analysis of Electronic Word Of Mouth and Purchase Intentions  
on Boba Drinks”**

**KARTIKA AYUNING GALUH PRADEA**

**ABSTRACT**

*The research aims to determine Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Purchase Intentions of Boba Drink. There are two variable in this research, Variable Electronic Word of Mouth and variable Purchase Intentions. This research used a quantitative approach with descriptive survey method in collecting data. The populations in this research is the millennial generation. This research used sample technique non probability sampling with method of accidental sampling. The number od samples succsfully collected in this research was 100 respondens. Data has been collected then analyze using descriptive analysis techniques. The results of this research indicate that there is a positive relationship between the variable electronic word of mouth for purchase intentions of boba drinks.*

*Keywords:; Electronic Word Of Mouth, Purchase Intention, Instagram, Millennial*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya .....	11
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran .....	18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	18
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Online .....	19
2.2.3 Electronic word of mouth .....	20
2.2.4 Minat Beli .....	22
2.2.5 Keterkaitan antara variabel Electronic Word of Mouth dengan variabel Minat Beli .....	24
2.3 Kerangka Teoretis .....	25

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Metodologi Penelitian.....	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	27
3.2.1 Populasi .....	27
3.2.2 Sampel .....	28
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data.....	29
3.3.1 Sumber Data .....	29
3.3.2 Teknik Pengambilan Data .....	29
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel .....	30
3.5 Teknik Analisa Data.....	33
3.5.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	34
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	34
3.6.1 Uji Validitas.....	34
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	34
3.7 Keterbatasan Penelitian .....	35
 <b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	 <b>36</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	36
4.2 Hasil Penelitian .....	37
4.2.1 Karakteristik Responden.....	37
4.2.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
4.2.2.1 Uji Validitas.....	41
4.2.2.2 Uji Reliabilitas .....	43
4.2.3 Hasil Deskriptif Jawaban Responden .....	46
4.2.3.1 Hasil Deskriptif Jawaban Responden Variabel Electronic Word of Mouth.....	46
4.2.3.2 Hasil Deskriptif Jawaban Responden Variabel Minat Beli .....	53
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
4.3.1 Variabel Electronic - Word of Mouth (E-WOM) .....	63
4.3.2 Variabel Minat Beli .....	64

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 .....	2
Gambar 1.2 .....	3
Gambar 1.3 .....	4
Gambar 1.4 .....	5
Gambar 1.5 .....	7
Gambar 2.1 .....	26
Gambar 4.1 .....	36
Gambar 4.2 .....	37
Gambar 4.3 .....	38
Gambar 4.4 .....	39
Gambar 4.5 .....	40
Gambar 4.6 .....	41

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1.....	14
Tabel 3.1.....	31
Tabel 4.1.....	42
Tabel 4.2.....	43
Tabel 4.3.....	44
Tabel 4.4.....	44
Tabel 4.5.....	45
Tabel 4.6.....	45
Tabel 4.7.....	47
Tabel 4.8.....	49
Tabel 4.9.....	51
Tabel 4.10.....	54
Tabel 4.11.....	56
Tabel 4.12.....	58
Tabel 4.13.....	60
Tabel 4.14.....	61

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Draft Kuesioner .....	73
Lampiran 2 Data Jawaban Responden .....	77
Lampiran 3 Total Capaian Responden .....	80