

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK EMINA COSMETICS PADA SISWI SMA NEGERI 74  
JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Ilmu Komunikasi**



**PUTERI MEILINDA**

**1161003226**

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

**2020**

## HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Puteri Meilinda

NIM : 1161003226

Tanda Tangan : 

Tanggal : 15 September 2020

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Puteri Meilinda

NIM : 1161003226

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)* Di Media Sosial  
Instagram Terhadap Minat Beli Produk Emina Cosmetics Pada Siswi  
SMA Negeri 74 Jakarta

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, Dr. (  )

Penguji 1 : Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D (  )

Penguji 2 : Rangga Wisesa, M.Si. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 15 September 2020

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **"Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)* Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Emina Cosmetics Pada Siswi SMA Negeri 74 Jakarta"** ini dengan baik. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak hambatan yang penulis alami. Namun atas dukungan dari semua pihak pun tidak terlepas. Peneliti ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendoakan. Peneliti mendapatkan banyak bimbingan, bantuan dan dorongan dari semua pihak baik yang bersifat moral maupun material. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

### **1. Orang tua**

Terima kasih kepada Ayah dan Mamah tersayang, karena telah memberikan kasih sayang serta kesabaran yang penuh kepada penulis. Terima kasih karena selalu memberikan yang terbaik, sehingga penulis bisa menuntut ilmu sampai setinggi ini. Terima kasih atas dukungan, nasehat dan doa baik yang tidak pernah henti-hentinya diberikan kepada penulis. I love you Mom and Dad!. Dan terima kasih juga kepada adik penulis Naufal yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu menemani penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

### **2. Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, S.Sos., M.Si.**

Terima kasih telah menjadi dosen pembimbing yang terbaik, yang selalu memberikan arahan dan bimbingan yang bermanfaat untuk penulis. Terima kasih selalu memberikan solusi dalam setiap masalah yang dihadapi penulis dalam menyusun tugas akhir ini. Terima kasih juga telah menyebarkan hal-hal positif

serta keceriaan, sehingga bimbingan tidak terlalu menegangkan dan asik untuk dilakukan. Dan terima kasih banyak atas kritik, saran serta waktu yang diluangkan untuk penulis agar bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan sangat baik.

**3. Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D dan Rangga Wisesa, M.Si.**

Terima kasih kepada Ibu Eli dan Mas Rangga sebagai dosen penguji sidang tugas akhir yang telah memberikan kritik, saran dan masukan yang dapat membangun tugas akhir penulis jauh lebih baik lagi daripada sebelumnya.

**4. Keluarga Besar**

Terima kasih kepada keluarga besar penulis baik dari mamah (Keluarga Gesang Abdullah) maupun dari ayah (Keluarga Aki Eddy Suwandy), yang telah memberikan dukungan sebanyak-banyaknya serta mendoakan penulis agar mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

**5. Robert Richardo**

Terima kasih kepada pacar penulis yang selalu memberikan dukungan dalam setiap langkah yang dijalani penulis. Terima kasih telah menjadi pendengar dan penasehat yang baik saat penulis menghadapi berbagai masalah yang ada dalam penyusunan tugas akhir ini. Dan terima kasih juga karena selalu berusaha mengajak penulis pergi untuk menghilangkan rasa penat dan jenuh.

**6. Latifah Mutiara Ningrum dan Diah Novianti Fadhilah**

Terima kasih kepada sobat seperbimbingan penulis, Dilah dan Tipah yang telah membantu penulis dalam banyak hal dalam penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih telah menjadi pendengar keluh kesah dan teman diskusi yang baik untuk mencari solusi terbaik dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi. Terima kasih telah membantu penulis kapanpun itu dan bersedia untuk direpotkan.

**7. Teman Seperjuangan**

Terima kasih kepada sahabat dan teman-teman penulis yang dari awal perkuliahan hingga saat ini tetap berjuang bersama-sama. Tiffany Dwi Andira, Ika Auliya Firdayani, Ulandari, Tiara Laraswati, Naufal Galih, Widia Andriani telah menjadi team yang sangat baik dalam menjalani tugas-tugas perkuliahan. Terima kasih untuk tangis, canda, dan tawa yang selalu mewarnai hari-hari penulis dalam menjalani perkuliahan. Terima kasih karena selalu saling mendukung dan mendoakan satu sama lain. See u guys, sukses terus☺

**8. Teman-teman Komunal 2016**

Terima kasih telah sama-sama berjuang dari tahun pertama hingga akhir perkuliahan ini. Senang bisa mengenal kalian semua, sukses selalu untuk kalian!

**9. Pihak-pihak Lainnya**

Dan yang terakhir, terima kasih kepada semua teman-teman dan pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis berharap semoga Allah SWT dapat membalas semua kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Jakarta, 15 September 2020

Penulis,



Puteri Meilinda

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Puteri Meilinda  
NIM : 1161003226  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Fee Rights) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK EMINA  
COSMETICS PADA SISWI SMA NEGERI 74 JAKARTA”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif 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 penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 September 2020

Yang menyatakan,



Puteri Meilinda

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK EMINA  
COSMETICS PADA SISWI SMA NEGERI 74 JAKARTA**

**Puteri Meilinda**

---

**ABSTRAK**

Kecantikan kini telah menjadi salah satu kebutuhan primer di kalangan wanita. Hal ini menjadikan para pembisnis merek kosmetik mulai bekerja sama dengan para *beauty vlogger* di media sosial khususnya Instagram. Salah satunya dengan menciptakan *electronic word of mouth* berupa konten *review* produk yang menarik, agar dapat meningkatkan minat beli konsumen. Emina Cosmetics merupakan merek produk kosmetik yang hadir untuk para remaja yang ingin belajar dan mencoba *make up*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* di media sosial Instagram terhadap minat beli produk Emina Cosmetics pada siswi SMA Negeri 74 Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey, dimana kuesioner disebarakan melalui *google form* kepada 81 responden yang mengetahui brand Emina Cosmetics. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa *electronic word of mouth* di media sosial Instagram mempengaruhi minat beli produk Emina Cosmetics pada siswi SMA Negeri 74 Jakarta sebesar 47,5%. Dan siswanya sebesar 52,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

**Kata kunci:** *Electronic word of mouth*, minat beli, Emina Cosmetics.



**THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON  
INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON THE INTEREST OF BUYING EMINA  
COSMETICS PRODUCTS AT SMA NEGERI 74 JAKARTA**

**Puteri Meilinda**

---

**ABSTRACT**

*Beauty has now become one of the primary needs among women. This has made cosmetic brand businesses start working with beauty vloggers on social media, especially Instagram. One of them is by creating electronic word of mouth in the form of interesting product review content, in order to increase the interest of buying consumers. Emina Cosmetics is a brand of cosmetic products that is present for teenagers who want to learn and try makeup. This research aims to find out the influence of electronic word of mouth on Instagram social media on the interest of buying Emina Cosmetics products in sma negeri 74 Jakarta students. This research uses a quantitative approach with the survey method, where questionnaires are distributed through google form to 81 respondents who know the Brand Emina Cosmetics. Based on the results of the study, it was obtained that electronic word of mouth on Instagram social media influenced the interest in buying Emina Cosmetics products at Sma Negeri 74 Jakarta by 47.5%. And the remaining 52.5% was influenced by other factors beyond this study.*

**Keywords:** *Electronic word of mouth, buying interest, Emina Cosmetics.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	13
1.3    Tujuan Penelitian.....	14
1.4    Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1    Manfaat Akademis.....	14
1.4.2    Manfaat Praktis.....	14
BAB II.....	15
KAJIAN TEORI .....	15

2.1	Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya .....	15
2.2	Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Teoritis .....	28
2.2.1	Komunikasi Pemasaran.....	28
2.2.2	<i>Digital Marketing</i> .....	30
2.2.3	Media Sosial.....	34
2.2.4	<i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> .....	39
2.2.5	Minat Beli.....	42
2.3	Kerangka Teoritis .....	45
2.4	Hipotesis .....	46
BAB III.....		47
METODOLOGI PENELITIAN .....		47
3.1	Metode Penelitian.....	47
3.2	Populasi dan Sampling .....	48
3.2.1	Populasi.....	48
3.2.2	Sampling .....	49
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.3.1	Sumber Data.....	50
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	51

3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel .....	53
3.5	Teknik Analisis Data .....	55
3.5.1	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	56
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	58
3.6.1	Uji Validitas .....	58
3.6.2	Uji Reabilitas .....	58
3.7	Keterbatasan Penelitian .....	59
BAB IV .....		60
HASIL DAN PEMBAHASAN .....		60
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	60
4.1.1	Profil SMA Negeri 74 Jakarta.....	60
4.1.2	Profil Emina Cosmetics .....	61
4.1.3	Kegiatan <i>Electronic Word Of Mouth</i> di Instagram mengenai Emina Cosmetics.....	62
4.2	Hasil Penelitian .....	66
4.2.1	Karakteristik Responden.....	66
4.2.2	Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas .....	68
4.2.3	Jawaban Responden.....	72
4.2.4	Hasil Pengujian Hipotesis .....	85

4.3	Pembahasan.....	90
BAB V.....		102
KESIMPULAN DAN SARAN .....		102
5.1	Kesimpulan .....	102
5.2	Saran .....	103
5.2.1	Saran Akademis.....	103
5.2.2	Saran Praktis.....	104
DAFTAR PUSTAKA .....		105
LAMPIRAN .....		110

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Data Riset Internet World Stats 10 Negara Pengguna Internet Terbesar di Asia (Mar 2019).....	2
Gambar 1 2 Media Sosial Yang Sering Digunakan Di Indonesia Berdasarkan Riset Hootsuite - We Are Social Tahun 2020.....	3
Gambar 1 3 Pengguna Instagram di Indonesia Berdasarkan Hasil Riset NapoleonCat	4
Gambar 1 4 Logo PT Paragon Technology and Innovation.....	9
Gambar 1 5 Logo Emina Cosmetics .....	10
Gambar 1 6 <i>Official Account</i> Instagram Emina Cosmetics.....	11
Gambar 1 7 Kegiatan <i>Electronic Word Of Mouth</i> Emina Cosmetics di Instagram....	13
Gambar 4 1 SMA Negeri 74 Jakarta.....	60
Gambar 4 2 Logo Emina Cosmetics .....	61
Gambar 4 3 Contoh Review Produk Emina Cosmetics di Instagram dengan #eminacosmetics.....	64
Gambar 4 4 Contoh Review Produk Emina Cosmetics di Instagram dengan #eminabeautybestie.....	65
Gambar 4 5 Pie Chart Usia Responden.....	67

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2 1 Penelitian Sebelumnya .....	19
Tabel 3 1 Operasionalisasi Variabel .....	55
Tabel 3 2 Interpretasi Korelasi .....	57
Tabel 4 1 Validitas Variabel (X) Electronic Word Of Mouth.....	68
Tabel 4 2 Validitas Variabel (Y) Minat Beli.....	69
Tabel 4 3 Reabilitas Variabel X (Electronic Word Of Mouth) .....	71
Tabel 4 4 Reabilitas Variabel Y (Minat Beli) .....	72
Tabel 4 5 Hasil Jawaban Responden Dimensi <i>Intensity</i> .....	73
Tabel 4 6 Hasil Jawaban Responden Dimensi <i>Positive Valence</i> .....	75
Tabel 4 7 Hasil Jawaban Responden Dimensi <i>Negative Valence</i> .....	77
Tabel 4 8 Hasil Jawaban Responden Dimensi <i>Content</i> .....	78
Tabel 4 9 Hasil Jawaban Responden Dimensi Minat Transaksional.....	80
Tabel 4 10 Hasil Jawaban Responden Dimensi Minat Referensial .....	82
Tabel 4 11 Hasil Jawaban Responden Dimensi Minat Preferensial .....	83
Tabel 4 12 Hasil Jawaban Responden Dimensi Minat Eksploratif .....	84

Tabel 4 13 Uji Normalitas .....	85
Tabel 4 14 Uji Linearitas.....	86
Tabel 4 15 Tabel <i>Coefficient</i> .....	87
Tabel 4 16 Uji F.....	88
Tabel 4 17 Uji <b>R2</b> .....	89