

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH BEAUTY*  
VLOGGER TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK**

**(Survei Pada Mahasiswa Di Kota Padang Yang Menonton *Review* Produk  
Make Over *Series* Power Stay)**

**SKRIPSI**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



UNIVERSITAS  
**BAKRIE**

**Disusun Oleh :**

**FAJRYANA RAMA FITRI**

**NIM : 1161003279**

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

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

**Nama : Fajryana Rama Fitri**

**NIM : 1161003279**

**Tanda Tangan :**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fajryana Rama Fitri', written over a horizontal line.

**Tanggal : 5 September 2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Fajryana Rama Fitri  
NIM : 1161003279  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH BEAUTY VLOGGER TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK (Survei Pada Mahasiswa Di Kota Padang Yang Menonton Review Produk Make Over Series Power Stay)*

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

**DEWAN PENGUJI**

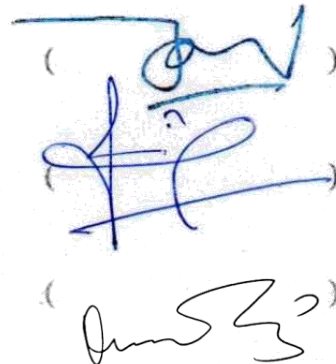
Pembimbing : Eli Jamilah Mihardja, Ph. D

Penguji 1 : Adrian Arditiar, M.I.Kom

Penguji 2 : Oktaviana Purnamasari, S.Sos., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 September 2020



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, penulis mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Kosmetik (Survei Pada Mahasiswa Di Kota Padang Yang Menonton *Review* Produk *Make Over Series Power Stay*)” sebagai persyaratan kelulusan pendidikan S1 Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Dalam pembuatan Tugas Akhir ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Hal ini memberikan kemudahan serta semangat penulis selama proses penulisan. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Keluarga

Terimakasih kepada seluruh anggota keluarga, mama, papa, abang, dan kakak yang sudah membantu menyemangati penulis dalam menyelesaikan proses penulisan Tugas Akhir. Saat penulis merasa jenuh dan lelah seluruh keluarga terus mendukung dan memotivasi penulis agar segera menyelesaikan Tugas Akhir ini.

2. Ibu Eli Jamilah Mihardja, Ph. D

Terimakasih kepada ibu Eli selaku dosen pembimbing Tugas Akhir penulis yang selalu memberikan masukan kepada penulis dalam penyelesaian penulisan ini. Terimakasih juga karena selalu memberikan solusi kepada penulis ketika penulis menemui kesulitan dalam proses penulisan serta telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan kepada penulis terkait Tugas Akhir ini hingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.

3. Bapak Adrian Arditiar, M.I.Kom

Terimakasih kepada bapak Adrian selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan masukan serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

4. Ibu Oktaviana Purnamasari, S.Sos., M.Si.

Terimakasih kepada ibu Okta selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan masukan serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

5. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terimakasih kepada bapak dan ibu dosen yang pernah mengajar saya semasa perkuliahan sehingga saya dapat mengerti, memahami, dan menerapkan ilmu yang saya pelajari selama perkuliahan.

6. Staf Biro Akademik

Terimakasih kepada para Staf Biro Akademik terutama Mba Frieda atas semua perhatian, bantuan dan pengabdianya yang diberikan kepada seluruh mahasiswa/i prodi Ilmu Komunikasi selama masa perkuliahan.

7. Teman-teman Terbaik

Terimakasih kepada teman-teman saya yang selalu menghibur dan memberikan semangat disaat penulis menemukan titik jenuh dalam penulisan Tugas Akhir ini. Terimakasih sudah menjadi teman-teman terbaik yang selalu ada dan memberikan dukungannya di saat susah maupun senang hingga saat ini serta selalu mendorong dan meyakinkan penulis agar segera membuat dan menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terimakasih juga telah membantu penulis dalam setiap proses penulisannya.

8. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016

Terimakasih kepada teman-teman Ilmu Komunikasi atau dikenal dengan komunal khususnya angkatan 2016 yang senantiasa membantu menghibur, serta selalu memberikan semangat satu sama lain selama perkuliahan hingga penulisan tugas akhir ini.

Demikian ucapan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu karena telah membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Dengan harapan, semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk kedepannya.

Bukittinggi, 14 Mei 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fajryana Rama Fitri', written in a cursive style.

Fajryana Rama Fitri

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Fajryana Rama Fitri  
NIM : 1161003279  
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 Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh *Electronic Word Of Mouth Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Kosmetik  
(Survei Pada Mahasiswa Di Kota Padang Yang Menonton *Review* Produk Make Over  
*Series Power Stay*)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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 : 5 September 2020

Yang menyatakan

  
(Fajryana Rama Fitri)

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH BEAUTY VLOGGER  
TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK (SURVEI PADA MAHASISWA DI  
KOTA PADANG YANG MENONTON REVIEW PRODUK MAKE OVER  
SERIES POWER STAY)**

**Fajryana Rama Fitri**

---

**ABSTRACT**

*Electronic Word of mouth* adalah bagian yang sangat penting dalam sebuah strategi komunikasi pemasaran. *Electronic Word of mouth* memiliki pengaruh yang sangat luar biasa dalam perubahan perilaku, terutama dalam pencarian informasi konsumen, evaluasi dan keputusan dalam membeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth beauty vlogger* terhadap minat beli kosmetik (survei pada mahasiswa di kota Padang yang menonton *review* produk Make Over *series* Power Stay. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yakni variabel X *electronic word of mouth (intensity, valance of opinion, content)* dan variabel Y minat beli (*attention, interest, desire, action*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei yang disebarkan kepada 96 sampel responden yaitu mahasiswa yang berada di kota Padang. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil penelitian kepada 96 sampel responden maka hasil pengujian hipotesis, diketahui terdapat pengaruh *Electronic Word of Mouth Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli Produk Make Over *series* Power Stay pada mahasiswa yang berada di kota Padang. Pengaruh tersebut didapat dari dimensi *intensity, valance of opinion, content* sangat menarik perhatian penontonnya untuk melakukan pembelian.

Kata kunci : *Electronic Word Of Mouth*, Minat Beli.



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH BEAUTY VLOGGER*  
TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK (SURVEI PADA MAHASISWA DI  
KOTA PADANG YANG MENONTON *REVIEW* PRODUK MAKE OVER  
*SERIES POWER STAY*)**

**Fajryana Rama Fitri**

---

**ABSTRACT**

*Electronic Word of mouth is a very important part of a marketing communication strategy. Electronic Word of mouth has a tremendous effect on behavior change, especially in seeking evaluation information and purchasing decisions. This study aims to see the effect of the electronic word of mouth beauty vlogger on buying interest in cosmetics (a survey of students in the city of Padang who watched a product review of the Make Over series Power Stay). There are two variables in this study, namely variable X electronic word of mouth (intensity, opinion output, content) and variable Y purchase intention (attention, interest, desire, action) This research uses a descriptive quantitative approach with survey methods distributed to 96 samples. The respondents are students in the city of Padang, and the data analysis technique used in this research is simple linear regression. Finally these results are this influence is obtained from the dimensions of intensity, valence of opinion, content that really attracts the attention of the audience to make purchases.*

*Keywords: Electronic Word Of Mouth, Buying Interest.*

**DAFTAR ISI**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... i**

**HALAMAN PENGESAHAN..... ii**

**KATA PENGANTAR ..... iii**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... vi**

**ABSTRACT .....vii**

**ABSTRACT .....viii**

**DAFTAR ISI ..... ix**

**DAFTAR GAMBAR .....xii**

**DAFTAR TABEL .....xiii**

**PENDAHULUAN..... 1**

**1.1 Latar Belakang Masalah ..... 1**

**1.2 Rumusan Masalah ..... 8**

**1.3 Tujuan Penelitian ..... 8**

**1.4 Manfaat Penelitian ..... 9**

**1.4.1 Manfaat Teoritis ..... 9**

**1.4.2 Manfaat Praktis ..... 9**

**BAB II..... 10**

**KERANGKA TEORITIS ..... 10**

**2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya..... 10**

**2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Teoritis..... 16**

**2.2.1 Komunikasi Pemasaran ..... 16**

**2.2.2 Pemasaran Interaktif ..... 17**

**2.2.3 AISAS..... 19**

**2.2.3 *Word of Mouth*..... 20**

**2.2.4 *Electronic Word of Mouth (EWOM)*..... 21**

**2.2.5 Dimensi *Electronic Word Of Mouth* ..... 23**

**2.2.6 Youtube ..... 24**

**2.2.7 Beauty Vlogger ..... 26**

**2.2.8 Perilaku Konsumen ..... 28**

2.2.9 Minat Beli .....	29
2.3 Kerangka Teori .....	31
2.4 Hipotesis .....	32
<b>BAB III.....</b>	<b>33</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Metode Penelitian .....	33
3.2 Populasi Dan Sampling .....	34
3.2.1 Populasi .....	34
3.2.2 Sampel .....	34
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.3.1 Sumber Data .....	36
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.4 Operasional Variable .....	36
3.5 Teknik Analisis Data .....	37
3.5.1 Analisis statistik Deskriptif .....	37
3.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	38
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	39
3.6.1 Uji Validitas .....	39
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	39
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.7 Keterbatasan Penelitian .....	40
<b>BAB IV.....</b>	<b>41</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
4.1.1 Profil PT. Paragon Technology and Innovation .....	41
4.1.2 Profil Make Over .....	42
4.2 Hasil Penelitian .....	44
4.2.1 Karakteristik Responden .....	44
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	47
4.2.3 Hasil Pengujian Validitas, Reabilitas dan Normalitas .....	67
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis .....	70
4.3 Pembahasan .....	73

<b>BAB V</b> .....	<b>79</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>79</b>
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	<b>79</b>
<b>5.2 Saran</b> .....	<b>80</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>85</b>

**DAFTAR GAMBAR**

**Gambar 1.1 Review Makeup.....7**

**Gambar 2.1 Logo Youtube.....24**

**Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....32**

**Gambar 4.1 Logo PT Paragon Technology and Innovation.....41**

**Gambar 4.2 Produk Make Over series Power Stay.....43**

**Gambar 4.3 Diagram mahasiswa yang berada di kota Padang.....44**

**Gambar 4.4 Diagram Pendapat Responden.....44**

**Gambar 4.5 Diagram Jenis Kelamin.....45**

**Gambar 4.6 Grafik Usia.....45**

**Gambar 4.7 Diagram Informasi Yang Didapat.....46**

**Gambar 4.8 Penilaian Electronic Word of Mouth secara Kontinum.....56**

**Gambar 4.9 Penilaian Minat Beli secara Kontinum.....66**

**Gambar 4.10 Daerah Penerimaan Hipotesis Penelitian.....73**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>12</b>
<b>Tabel 3.1 Operasional Variabel.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 3.2 Skor Kuesioner.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4.1 Total Cumulative Dimensi Intensity.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4.2 Total Cumulative Dimensi Valance of Opinion.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4.3 Total Cumulative Dimensi Content.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.4 Total Cumulative Dimensi Attention.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4.5 Total Cumulative Dimensi Interest.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4.6 Total Cumulative Dimensi Desire.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4.7 Total Cumulative Dimensi Action.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas 96 Responden.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabelitas 96 Responden.....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 4.10 Uji Normalitas.....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 4.11 Uji Signifikansi.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4.12 Uji Regresi.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 4.13 Uji Regresi Coefficients.....</b>	<b>71</b>