

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND
IMAGE PADA PENGGUNA SKINTIFIC YANG MELAKUKAN REVIEW
PADA BEAUTY BLOG FEMALE DAILY**

PROPOSAL TUGAS AKHIR



MEIDY TIARA BAGUS PUTRI

1191003123

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2023

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND
IMAGE PADA PENGGUNA SKINTIFIC YANG MELAKUKAN REVIEW
PADA BEAUTY BLOG FEMALE DAILY**

PROPOSAL TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



MEIDY TIARA BAGUS PUTRI

1191003123

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2023

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 : Meidy Tiara Bagus Putri

NIM : 1131003123

Tanda Tangan : 

Tanggal : 1 Agustus 2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Meidy Tiara Bagus Putri

NIM :1191003123

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Ilmu sosial (FEIS)

Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand

Image Pada Pengguna Skintific Yang Melakukan Review Pada Beauty Blog
Female Daily

Telah berhasil dipertahankan dihadapan 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 : Dr. Nina Widyawati, M.Si ()

Pembahas 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si ()

Pembahas 2 : Eli Jamilah Mihardja, PH.D.()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 29 Desember 2023

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir dengan judul “ Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap I Pada Pengguna Skintific Yang Melakukan Review Pada Beauty Blog Female Daily “ dalam keadaan sehat walafiat, Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak awal perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Papa dan Mama

Terima kasih papa dan mama selalu mendukung penulis, dimana penulis bisa di titik saat ini karena berkat dari doa mama dan papa. Mama dan papa juga yang menjadi saksi bagaimana penulis bisa berjuang hingga saat ini. Terima kasih telah mendengar keluh kesah selama mengerjakan tugas akhir.

2. Kakak perempuan dan suami

Terima kasih kepada mbanana dan ka Iqbal, selalu menuntun saya kemanapun menjadi orang yang benar. Selalu menyemangati saya dalam segala situasi. Mau dalam situasi senang dan sedih kalian ada untuk penulis dan selalu menolong hingga menjadi yang terbaik.

3. Dr. Nina Widyawati, M.Si

Terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Nina Widyawati, M.Si selaku dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

4. Rahasia Negara

Untuk teman teman penulis yang disayangi Laras, Winny, dan Hana. Terimakasih untuk kalian, Teman-teman yang selalu mendukung penulis dalam segala keadaan sedih maupun senang. Rumah kedua penulis setelah orang tua, terimakasih telah menerima keluh kesah penulis.

5. Asep

Terimakasih kepada kitten penulis, dengan adanya asep selalu di samping penulis, membuat penulis selalu semangat menjalani seluruh rintangan yang penulis selalu jalani.

6. Fathiyah dan grup salfac

Terima kasih banyak sudah selalu menjadi tempat bercerita keluh kesah dan juga sebagai penghibur bagi penulis.

7. Teman-teman Universitas Bakrie

Untuk teman-teman kampus yang tidak bisa semuanya penulis sebutkan yang dengan baik hatinya selalu menjadi penghibur di kala penulis sedih dan juga dikala penulis suntuk dalam dunia perkuliahan, terima kasih juga atas semangat yang di berikan semoga kalian juga bisa sukses.

Penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penyusunan penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, Desember 2023

Meidy Tiara B.P

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meidy Tiara Bagus Putri

NIM : 1191003123

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 Noneklusif (Non-exclusive RoyaltyFree Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND IMAGE PADA PENGGUNA SKINTIFIC YANG MELAKUKAN REVIEW PADA BEAUTY BLOG FEMALE DAILY”

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 : Agustus 2024

Yang menyatakan

Meidy Tiara Bagus Putri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Electronic Word of Mouth* (EWOM) terhadap *brand image* pada pengguna Skintific yang aktif memberikan review di Beauty Blog Female Daily. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data dilakukan melalui kuisisioner online selama periode Juli 2024. Beauty Blog Female Daily dipilih sebagai objek penelitian karena perannya yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan konsumen dan membangun citra merek di industri kecantikan.

Responden penelitian ini terdiri dari berbagai kelompok usia, dengan mayoritas berusia antara 19 hingga 30 tahun. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pengguna aktif dalam memberikan ulasan produk dan berinteraksi di platform tersebut. EWOM diukur melalui indikator seperti frekuensi penggunaan situs, kontribusi ulasan, dan penerimaan informasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap EWOM, mencerminkan tingkat interaksi dan partisipasi yang tinggi.

Brand image diukur melalui persepsi pengguna terhadap identitas merek, interaksi merek dengan konsumen, dan citra yang dibangun melalui platform ini. Analisis menunjukkan bahwa pengguna memiliki persepsi yang kuat dan umumnya positif terhadap merek-merek yang diulas di Beauty Blog Female Daily. Uji regresi sederhana menunjukkan bahwa EWOM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap brand image Skintific.

Temuan ini menggarisbawahi pentingnya keterlibatan merek dalam membangun interaksi positif melalui platform digital yang relevan dengan audiens mereka. Hasil penelitian ini juga menekankan peran Beauty Blog Female Daily sebagai platform efektif dalam membangun dan memperkuat hubungan antara merek dengan konsumen. Penelitian ini memberikan wawasan strategis bagi merek untuk mengoptimalkan manfaat dari EWOM dalam memperkuat brand image dan loyalitas konsumen di industri kecantikan.

Kata Kunci: Electronic Word of Mouth, Brand Image, Beauty Blog Female Daily, Skintific, Industri Kecantikan

DAFTAR ISI

PROPOSAL TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis	6
1.4.2. Manfaat Praktis	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Teori Yang Relevan.....	7
2.1.1. Electronic Word Of Mouth (E-wom)	7
2.1.2. Citra Merek (<i>Brand image</i>).....	8
2.1.3. <i>Digital Marketing</i>	11
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis	15
2.3. Model Kerangka Hipotesis	28
BAB III.....	29
METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1. Metode Penelitian	29
3.2. Populasi dan Sampling	29
3.3. Sumber data dan Teknik pengumpulan data	30
3.3.1. Data primer	30

3.3.2.	Data sekunder	30
3.3.3.	Teknik pengumpulan data	31
3.4.	Definisi operasional variable	31
3.5.	Metode Analisis Data	34
3.6.	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7.	Teknik Pengujian Keabsahan Data	36
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Deskripsi objek penelitian.....	38
4.1.1	Profil Blog Female daily	38
4.1.2	Analisis Deskriptif	39
4.2	Uji Asumsi Klasik	46
4.3	Uji Keabsahan Data.....	47
4.4	Uji hipotesis.....	49
4.5	Pembahasan dan diskusi.....	50
BAB V	56
SARAN DAN KESIMPULAN	56
5.1	Kesimpulan	56
5.3	Keterbatasan.....	56
5.2	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Hipotesis	28
Gambar 4. 1 Logo Situs Female Daily.....	38
Gambar 4. 2 Tampilan Utama Situs Female Daily.....	39
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	34
Tabel 3. 2 Koefisiensi Determinasi.....	36
Tabel 4 1 Variabel EWOM 1 (X1).....	41
Tabel 4 2 Variabel EWOM 2 (X2).....	41
Tabel 4 3 Variabel EWOM 3 (X3).....	41
Tabel 4 4 Variabel EWOM 4 (X4).....	42
Tabel 4 5 Variabel EWOM 5 (X5).....	42
Tabel 4 6 Variabel EWOM 6 (X6).....	42
Tabel 4 7 Variabel EWOM 7 (X7).....	42
Tabel 4 8 Variabel EWOM 8 (X8).....	43
Tabel 4 9 Variabel EWOM 9 (X9).....	43
Tabel 4 10 Variabel BI 1 (Y1)	43
Tabel 4 11 Variabel BI 2 (Y2)	44
Tabel 4 12 Variabel BI 3 (Y3).....	44
Tabel 4 13 Variabel BI 4 (Y4)	44
Tabel 4 14 Variabel BI 5 (Y5).....	44
Tabel 4 15 Variabel BI 6 (Y6)	45
Tabel 4 16 Variabel BI 7 (Y7)	45
Tabel 4 17 Variabel BI 8 (Y8)	45
Tabel 4 18 Variabel BI 9 (Y9)	45
Tabel 4 19 Variabel BI 10 (Y10)	46
Tabel 4 20 Variabel BI 11 (Y11)	46
Tabel 4 21 Variabel BI 12 (Y12)	46
Tabel 4 22 Hasil Uji Normalitas Residual Data	46
Tabel 4 23 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4 24 Hasil Uji Validitas Variable X.....	48
Tabel 4 25 Uji Validitas Variable Y	48
Tabel 4 26 Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4 27 Hasil Model Regresi Linear Sederhana Dan Uji t	49
Tabel 4 28 Hasil Uji f.....	50
Tabel 4 29 Hasil koefisien Determinasi	50

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Kuisisioner	60
LAMPIRAN 2 : Data Sample	64
LAMPIRAN 3 : Data Hasil Kuisisioner.....	67
LAMPIRAN 4 : Statistika	72