



HYALUCERA MOISTURIZER

THE ORIGINOTE

Judul Tugas Akhir Skripsi :

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DALAM *ONLINE REVIEW* DI MEDIA SOSIAL TIK TOK @THEORIGINOTE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HYALUCERA MOISTURIZER (SURVEI PADA FOLLOWERS TIK TOK @THEORIGINOTE)”

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Ajeng Berlina

NIM : 2010411248



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
'VETERAN' JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Ajeng Berlina
NIM : 2010411248
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bila mana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 14 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Ajeng Berlina)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ajeng Berlina
NIM : 2010411248
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DALAM *ONLINE REVIEW* DI MEDIA SOSIAL TIK TOK @THEORIGINOTE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HYALUCERA MOISTURIZER (SURVEI PADA FOLLOWERS TIK TOK @THEORIGINOTE)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta,

Pada, 14 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Ajeng Berlina)

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Ajeng Berlina
NIM : 2010411248
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dalam *Online Review* Di Media Sosial Tik Tok @Theoriginote Terhadap Keputusan Pembelian Hyalucera Moisturizer (Survei Pada Followers Tik Tok @Theoriginote)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Windhi Tia Saputra, S.Sos. M.Si.

Penguji 1



Lusiana Handayani, S.I.kom, M.Si.

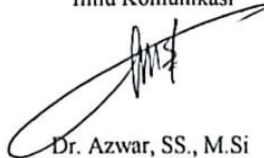
Penguji 2



Putrawan Yuliandri, S.I.Kom, M.Si

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 3 Desember 2024

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DALAM *ONLINE REVIEW* DI MEDIA SOSIAL TIK TOK @THEORIGINOTE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HYALUCERA MOISTURIZER (SURVEI PADA FOLLOWERS TIK TOK @theoriginote)”

Ajeng Berlina

ABSTRAK

Hyalucera Moisturizer dari The Originote berhasil menjadi posisi sebagai salah satu merek unggulan di industri skincare. Prestasi tersebut dibuktikan dengan penerimaan penghargaan Brand Choice Award 2023. Saat ini salah satu platform media sosial yang sedang menjadi tren dikalangan masyarakat adalah Tik Tok dan hal tersebut membuka potensi bagi brand skincare The Originote memanfaatkan Tik Tok sebagai media penyebar *electronic word of mouth* dan memperluas jangkauan pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh serta besar pengaruh *electronic word of mouth* di media sosial Tik Tok terhadap keputusan pembelian Hyalucera Moisturizer dengan menggunakan teori Social Influence. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatori dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling dan menggunakan teknik analisis data uji korelasi *Pearson Product Moment*, uji regresi linear, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis menggunakan uji t. Teknik pengujian data dilakukan dengan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* dalam *online review* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Hyalucera Moisturizer. Hasil penelitian ini menunjukan korelasi variabel X terhadap Variabel Y memiliki hubungan yang sangat kuat dengan nilai korelasi sebesar 0,870. Hasil koefisien determinasi menunjukan besarnya pengaruh *Electronic Word of Mouth* dalam *online review* sebesar 75,5% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Lalu Hasil uji hipotesis menunjukan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang mengindikasikan adanya pengaruh signifikan *electronic word of mouth* dalam *online review* terhadap keputusan pembelian produk skincare Hyalucera Moisturizer The Originote.

Kata Kunci : *Electronic word of mouth*, Hyalucera Moisturizer, Keputusan Pembelian, Media Sosial.

**THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH IN ONLINE
REVIEWS ON TIK TOK SOCIAL MEDIA @THEORIGINOTE ON THE
PURCHASE DECISION OF HYALUCERA MOISTURIZER
(SURVEY ON TIK TOK FOLLOWERS @theoriginote)"**

Ajeng Berlina

ABSTRACT

Hyalucera Moisturizer from The Originote has managed to become one of the leading brands in the skincare industry. This achievement is evidenced by the receipt of the 2023 Brand Choice Award. Currently, one of the social media platforms that is trending among the public is Tik Tok and this opens up the potential for the skincare brand The Originote to use Tik Tok as a medium to spread electronic word of mouth and expand the reach of its consumers. This study aims to determine the influence and influence of electronic word of mouth on Tik Tok social media on the decision to buy Hyalucera Moisturizer using Social Influence theory. This study uses an explanatory quantitative method with a purposive sampling technique and uses data analysis techniques such as Pearson Product Moment correlation test, linear regression test, determination coefficient test and hypothesis test using t-test. The data testing technique was carried out with the SPSS 25 program. The results of the study showed that the electronic word of mouth in online reviews had a positive and significant influence on the purchase decision of Hyalucera Moisturizer. The results of this study show that the correlation of variable X to Variable Y has a very strong relationship with a correlation value of 0.870. The results of the determination coefficient showed that the influence of Electronic Word of Mouth in online reviews was 75.5% and the rest was influenced by other factors outside the study. Then the results of the hypothesis test showed that H_0 was rejected and H_a was accepted, which indicates that there is a significant influence of electronic word of mouth in online reviews on the purchase decision of Hyalucera Moisturizer The Originote skincare product.

Keywords: *Electronic word of mouth, Hyalucera Moisturaizer, Purchase Decision, Social Media.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkah dan rahmat yang diberikan kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan karya skripsi dengan judul **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DALAM *ONLINE REVIEW* DI MEDIA SOSIAL TIK TOK @THEORIGINOTE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HYALUCERA MOISTURIZER (SURVEI PADA FOLLOWERS TIK TOK @THEORIGINOTE)”** Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi S1, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Selama proses penulisan skripsi ini saya banyak mendapat bantuan, dukungan, bimbingan, saran, petunjuk serta dorongan, dari berbagai pihak. Yang menguatkan saya dalam menjalani penulisan skripsi ini. Dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, Allah Maha Besar yang senantiasa memudahkan setiap langkah saya dalam menjalani skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya, Wasidi Widodo dan Siti Aniroh, yang senantiasa dengan sabar dan memberikan kasih sayang dalam memberikan dukungan, doa, materi maupun moril tiada henti.
3. Bapak Windhi Tia Saputra, S.Sos. M.Si. selaku selaku pembimbing yang telah memberikan arahan kepada penulis.
4. Ibu Lusia Handayani, S.Ikom, M.Si. selaku penguji pertama yang telah memberikan arahan kepada penulis.
5. Bapak Putrawan Yuliandri, S.I.Kom, M.Si. selaku penguji kedua yang telah memberikan arahan kepada penulis.
6. Bapak Dr. Azwar, S.S.,M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta.
7. Ayu Diah Apriani terimakasih selalu memberikan dukungan dan selalu bersedia mendengarkan keluh kesah saya dan banyak saya repotkan.
8. Ketiga Sahabat saya, Hanna Malik, Siti Farrania, Danisa Oktaviona, Terima Kasih telah mensupport saya dan telah mau menjadi sahabat saya.

Akhir kata saya, Mengucapkan Terimakasih atas dukungan dan doa dari semua orang yang telah hadir di hidup saya, Skripsi ini saya dedikasikan untuk keluarga besar saya Keluarga besar Saman Sonto Karyo Dan Keluarga Besar Sugiyah. Semoga skripsi ini bisa menjadi berguna dan bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya.

Jakarta, 14 Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Ajeng Berlina

NIM : 2010411248

\

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Praktis	9
1.3.2 Tujuan Teoritis	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Konsep dan Teori Penelitian	12
2.1.1 <i>Electronic word of mouth (e-WOM)</i>	12
2.1.2 Media Sosial.....	14
2.1.3 Media Sosial Tik Tok.....	15
2.1.4 <i>Online Review</i>	16
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	17
2.2 <i>Social Influence</i>	19
2.2.1 Pengertian <i>Social Influence</i>	19
2.2.2 Jenis-Jenis <i>Social Influence</i>	20
2.2.3 Dimensi <i>social influence</i>	20
2.3 Penelitian Terdahulu.....	22

2.5 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Objek Penelitian	30
3.2 Jenis Penelitian	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4 Populasi dan Sampel	31
3.4.1 Populasi	31
3.4.2 Sampel	31
3.5 Sumber Data	36
3.5.1 Data Primer	36
3.5.2 Data Sekunder	36
3.6 Teknik Analisis Data	37
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.6.2 Uji Reliabilitas	40
3.6.3 Uji Korelasi	42
3.6.4 Uji Regresi	42
3.6.5 Koefisien Determinasi	43
3.6.6 Uji Hipotesis	43
3.7 Tabel Rencana Waktu	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Karakteristik Responden	45
4.1.2 Analisis Data Variabel X (Electronic Word of Mouth)	47
4.1.3 Analisis Data Variabel Y (Keputusan Pembelian)	55
4.2 Teknik Analisis Data	63
4.2.1 Uji Korelasi	63
4.2.2 Uji Regresi	64
4.2.3 Uji Koefisien Determinasi	66
4.2.4 Uji Hipotesis	67
4.3 Pembahasan	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. Operasional Variabel.....	35
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X	38
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Y	39
Tabel 6. Skala Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach	40
Tabel 7. Uji Reliabilitas Variabel X.....	41
Tabel 8. Uji Reliabilitas Variabel Y.....	42
Tabel 9. Interpretasi Koefisien Korelasi	42
Tabel 10. Tabel Rencana Waktu	44
Tabel 11. Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 12. Usia Responden	46
Tabel 13. Pekerjaan Responden	46
Tabel 14. Pernyataan X1	47
Tabel 15. Pernyataan X2	48
Tabel 16. Pernyataan X3	48
Tabel 17. Pernyataan X4.....	49
Tabel 18. Pernyataan X5	50
Tabel 19. Pernyataan X6.....	50
Tabel 20. Pernyataan X7	51
Tabel 21. Pernyataan X8.....	51
Tabel 22. Pernyataan X9	52
Tabel 23. Pernyataan X10.....	53
Tabel 24. Pernyataan X11	53
Tabel 25. Pernyataan X12	54
Tabel 26. Pernyataan X13.....	54
Tabel 27. Pernyataan Y1	55
Tabel 28. Pernyataan Y2.....	56
Tabel 29. Pernyataan Y3	56
Tabel 30. Pernyataan Y4.....	57
Tabel 31. Pernyataan Y5	58
Tabel 32. Pernyataan Y6.....	58

Tabel 33. Pernyataan Y7	59
Tabel 34. Pernyataan Y8	59
Tabel 35. Pernyataan Y9	60
Tabel 36. Pernyataan Y10	60
Tabel 37. Pernyataan Y11	61
Tabel 38. Pernyataan Y12	62
Tabel 39. Pernyataan Y13	62
Tabel 40. Pernyataan Y14	63
Tabel 41. Analisis Hasil Uji Korelasi Correlations.....	63
Tabel 42. Analisis Hasil Regresi	65
Tabel 43. Analisis Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 44. Analisis Hasil Uji Hipotesis	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2023	2
Gambar 1.2 Media Sosial yang Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2023	3
Gambar 1.3 Data Pencarian Video yang Paling Banyak dicari Pengguna Tik Tok di Indonesia	4
Gambar 1.4 Laman Akun Tik Tok @theoriginote	5
Gambar 1.5 Top Post Pada Tik Tok @theoriginote	6
Gambar 1.6 Online Review Positif dan Negatif Dari Para Followers Akun Tik Tok @theoriginote Terhadap Produk Hyalucera Moisturizer	7
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 From A2-A5	80
Lampiran 2 Kuesioner.....	81
Lampiran 3 Data Variabel X (Electronic Word of Mouth dalam Online Review).....	87
Lampiran 4 Data Variabel Y (Keputusan Pembelian)	89
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	92
Lampiran 6 Hasil Analisis Uji-Uji	94
Lampiran 7 Bukti DM Tik Tok.....	96
Lampiran 8 Kuesioner Google From	99
Lampiran 9 Hasil Turnitin.....	100
Lampiran 10 Riwayat Hidup.....	101