

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* MELALUI
MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP MINAT BELI PRODUK
KOSMETIK SOMETHINC PADA MAHASISWI DI JAKARTA**



Intelligentia - Dignitas

WINNY ASRI DEVIANA

1516620027

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA RIAS

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

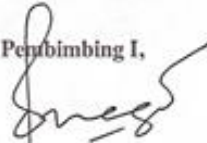
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Somethinc Pada Mahasiswa di Jakarta

Penyusun : Winny Asri Deviana
NIM : 1516620027
Tanggal Ujian : 21 Oktober 2024

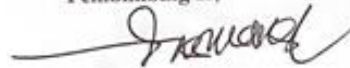
Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum
NIP: 197203202005012001

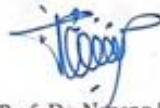
Pembimbing II,



Dr. Dwi Atmanto, M.Si.
NIP: 196305211988111001

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi

Ketua Penguji



Prof. Dr. Neneng Siti Silfi
A., S.Si. Apt, M.Si
NIP: 197202292005012005

Anggota Penguji I



Dr. Aniesa Puspa Arum,
M.Pd.
NIP: 198802102023212043

Anggota Penguji II



Dra. Mari Okatni Armandari,
M.K.M
NIP: 196710091993032001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias



Dr. Nurul Hidayah, M.Pd
NIP: 198309272008122001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 Oktober 2024

Yang membuat pernyataan



Winy Asri Deviana

No. Reg. 1516620027

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Winnie Asri Deviana
NIM : 1516620027
Fakultas/Prodi : Teknik/ Pendidikan Tata Rias
Alamat email : winniedev2003@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Electronic Word of Mouth Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Somethinc Pada Mahasiswi di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Oktober 2024

Penulis

(Winnie Asri Deviana)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memampukan penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan judul skripsi “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Somethinc Pada Mahasiswi di Jakarta”. Keberhasilan usaha dan penyusunan penelitian ini tidak akan mungkin terwujud tanpa adanya saran, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Dr. Uswatun Hasanah, M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Pd selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum, selaku dosen pembimbing I penulis yang selalu meluangkan waktu, memberikan arahan dan saran yang sangat baik dalam memperbaiki skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Dr. Dwi Atmanto, M.Si, selaku dosen pembimbing II penulis yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan saran dan arahan dalam penyusunan skripsi penulis.
5. Segenap Dosen Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan kesempatan belajar selama ini.
6. Orang tua, Mama dan Bapak yang telah membesarkan penulis dan senantiasa selalu memberikan dukungan dan doa dalam hidup penulis. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung di segala pilihan dan keputusan yang diambil oleh penulis.
7. Kak Mitha, Kak Hanna, dan Aldino selaku anggota keluarga penulis yang secara konsisten memberikan harapan dan dorongan selama menyelesaikan penelitian.

8. Davy Rizqi Akbar, seseorang yang penting di dalam kehidupan penulis karena telah senantiasa menemani penulis dalam mengerjakan skripsi ini, mendengarkan seluruh keluh kesah penulis, memberikan perhatian, dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis dengan penuh kesabaran dan kasih sayang.
9. Mega, Alifia, Oryza, dan Nashwa yang menemani, menghibur, dan mendengarkan keluh kesah penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih untuk dukungan dan motivasi yang telah diberikan, serta perjuangan bersama selama menyusun skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu karena telah membantu penulis dari awal perkuliahan hingga pada saat melakukan penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu.

Jakarta, 6 Agustus 2024
Winnie Asri Deviana

Intelligentia - Dignitas

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* MELALUI MEDIA SOSIAL
TIKTOK TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK SOMETHINC
PADA MAHASISWI DI JAKARTA**

Winy Asri Deviana

**Dosen Pembimbing: Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum., dan Dr. Dwi Atmanto,
M.Si.**

ABSTRAK

Brand kosmetik Somethinc telah meraih berbagai pencapaian sejak tahun 2019. Namun, beberapa produk kosmetiknya masih mengalami tingkat penjualan yang rendah. Untuk tetap bersaing, Somethinc perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. *Electronic word of mouth* di media sosial TikTok dapat menjadi salah satu solusi. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh *electronic word of mouth* melalui TikTok terhadap minat beli produk Somethinc di kalangan mahasiswa Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik *purposive sampling*. Responden penelitian berjumlah 100 mahasiswa aktif di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan perhitungan uji-t menghasilkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, menunjukkan penolakan H_0 dan penerimaan H_a . Ini menegaskan adanya pengaruh signifikan *electronic word of mouth* melalui TikTok terhadap minat beli produk Somethinc. Koefisien determinasi (*R-square*) memperoleh nilai sebesar 0,600, yang berarti *electronic word of mouth* melalui media sosial TikTok memberikan pengaruh sebesar 60,0% pada minat beli produk kosmetik Somethinc, sedangkan 40,0% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dapat disimpulkan bahwa aktivitas *electronic word of mouth* yang dilakukan melalui media sosial TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli produk Somethinc, sehingga strategi pemasaran melalui *electronic word of mouth* di TikTok dapat dioptimalkan untuk meningkatkan penjualan produk.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth, Minat Beli, TikTok, Produk Kosmetik Somethinc, Mahasiswa Jakarta*

Intelligentia - Dignitas

**THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH THROUGH TIKTOK
ON PURCHASE INTENTION FOR SOMETHINC COSMETIC PRODUCTS
AMONG FEMALE UNIVERSITY STUDENTS IN JAKARTA**

Winnie Asri Deviana

Advisors: Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum., and Dr. Dwi Atmanto, M.Si.

ABSTRACT

Somehinc cosmetic brand has achieved various milestones since 2019. However, some of its cosmetic products still experience low sales levels. To remain competitive, Somehinc needs to develop effective marketing strategies. Electronic word of mouth on TikTok social media can be one solution. This study aims to measure the influence of electronic word of mouth through TikTok on purchase intention of Somehinc products among female university students in Jakarta. This research employs a quantitative approach with data collection through questionnaires using purposive sampling technique. The research respondents consisted of 100 active female university students in Jakarta. The research results show that the t-test calculation yielded a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating the rejection of H_0 and acceptance of H_a . This confirms a significant influence of electronic word of mouth through TikTok on purchase intention of Somehinc products. The coefficient of determination (R-square) obtained a value of 0.600, meaning that electronic word of mouth through TikTok social media contributes 60.0% influence on purchase intention of Somehinc cosmetic products, while the remaining 40.0% is influenced by other variables not examined in this study. It can be concluded that electronic word of mouth activities conducted through TikTok social media have a significant influence on purchase intention of Somehinc products, suggesting that marketing strategies through electronic word of mouth on TikTok can be optimized to increase product sales.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Purchase Intention, TikTok, Somehinc Cosmetic Products, Female University Student Jakarta*

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

	HALAMAN
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORETIK	9
2.1 Deskripsi Konseptual	9
2.1.1 Minat Beli Produk Kosmetik Somethinc	9
2.1.1.1 Pengertian Minat Beli	9
2.1.1.2 Produk Kosmetik Somethinc	12
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> Pada Media Sosial TikTok	16
2.1.2.1 <i>Word of Mouth Traditional</i>	17
2.1.2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	19
2.1.2.3 Media Sosial TikTok	22
2.1.3 Mahasiswi di Jakarta	26
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	29
2.3 Kerangka Teoretik	30
2.4 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Tujuan Penelitian	33
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.3 Metode Penelitian	33
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.4.1 Populasi Penelitian	33
3.4.2 Sampel Penelitian	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5.1 Instrumen Minat Beli Produk Kosmetik Somethinc (Y)	36
3.5.1.1 Definisi Konseptual	36
3.5.1.2 Definisi Operasional	36
3.5.1.3 Kisi - kisi Instrumen	36
3.5.1.4 Jenis Instrumen	38
3.5.1.5 Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas	38

3.5.2 Instrumen <i>Electronic Word of Mouth</i> melalui Media Sosial TikTok (X)..	39
3.5.2.1 Definisi Konseptual.....	39
3.5.2.2 Definisi Operasional.....	40
3.5.2.3 Kisi - kisi Instrumen.....	40
3.5.2.4 Jenis Instrumen.....	41
3.5.2.5 Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas.....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1 Uji Persyaratan Analisis Data.....	43
3.6.1.1 Uji Normalitas.....	43
3.6.1.2 Uji Linearitas.....	44
3.6.2 Uji Hipotesis.....	44
3.6.2.1 Regresi Linear Sederhana.....	44
3.6.2.2 Uji t.....	45
3.6.2.3 Uji Koefisien Determinasi.....	45
3.7 Hipotesis Statistik.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Deskripsi Data.....	47
4.1.1 Karakteristik Data Responden.....	47
4.1.2 Data Minat Beli Produk Kosmetik Somethinc (Y).....	50
4.1.3 Deskripsi Data <i>Electronic Word of Mouth</i> Melalui Media Sosial TikTok.....	52
4.2 Pengujian Persyaratan Analisis Data.....	54
4.2.1 Uji Normalitas.....	54
4.2.2 Uji Linearitas.....	55
4.2.3 Uji Regresi Linear Sederhana.....	55
4.3.1 Uji t.....	56
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi.....	57
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	60
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Implikasi.....	61
5.3 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	71

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
1.1	Persentase Negara Pengguna TikTok Paling Banyak	2
1.2	<i>Electronic Word of Mouth</i> Poriduk Kosmetik Somethinc	4
2.1	Rangkaian Produk <i>Skincare</i> Somethinc	15
2.2	Produk Rangkaian <i>Makeup</i> Somethinc	16
2.3	Produk Rangkaian <i>Tools</i> Somethinc	16
2.4	Logo TikTok	16
2.5	Bagan Kerangka Teoritik Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i>	17



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
1.1	Penjualan Produk Kosmetik <i>Makeup Somethinc</i>	5
3.1	Kisi-kisi Instrumen Minat Beli Produk Kosmetik Somethinc (Y)	33
3.2	Tabel Skor Jawaban Dalam Skala Likert	34
3.3	Kisi-kisi Instrumen <i>Electronic Word of Mouth</i> Melalui TikTok (X)	37
3.4	Skor Jawaban Dalam Skala Likert	38
4.1	Karakteristik Usia Responden	46
4.2	Universitas Responden	44
4.3	Domisili Responden	44
4.4	Frekuensi Mengakses TikTok Dalam Sehari	45
4.5	Tahun Angkatan	46
4.6	Statistik Deskriptif Minat Beli Produk Kosmetik Somethinc	46
4.7	Distribusi Frekuensi Minat Beli Produk Kosmetik	47
4.8	Skor Minat Beli Produk Kosmetik	47
4.9	Statistik Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i>	48
4.10	Distribusi Frekuensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	49
4.11	Skor <i>Electronic Word of Mouth</i>	49
4.12	Uji Normalitas	50
4.13	Uji Linearitas	51
4.14	Analisis Regresi Sederhana	51
4.15	Hasil Uji T	53
4.16	Koefisien Determinasi	53

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Persetujuan Seminar Proposal	71
2	Surat Izin Penelitian <i>Brand Somethinc</i>	72
3	Kisi-kisi Instrumen Uji Coba	73
4	Kuesioner Uji Coba	75
5	Kisi – kisi Penelitian Lapangan	82
6	Kuesioner Penelitian Lapangan	84
7	Data Instrumen Uji Coba	92
8	Data Instrumen Penelitian Lapangan	98
9	Hasil Uji Menggunakan SPSS 25.0	106



Intelligentia - Dignitas