

**ANALISA PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN KOSMETIK REVLON**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana Strata 1



**Oleh :**  
**Septian Lianto Sahputra**  
**51415056**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN  
2019**

Skripsi berjudul

**ANALISA PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN KOSMETIK REVLON**

dipersiapkan dan disusun oleh  
**Septian Lianto Sahputra (51415056)**

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian  
tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Madiun , 1 November 2019  
Disetujui dan diterima baik oleh  
Dosen Pembimbing,



**Ardianus Laurens P., S.E., M.Sc**  
**NIDN. 0721048301**

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun,



**Seti Rustyaningsih, S.E., M.Si., Ak**  
**NIDN. 0711116902**

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun,



**Septian Lianto Sahputra, S.E., M.Sc.**  
**NIDN. 0717128001**




Skripsi berjudul

**ANALISA PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN KOSMETIK REVLON**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh  
**Septian Lianto Sahputra (51415056)**

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian  
tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Madiun, 13 Desember 2019  
Tim penguji skripsi

1. Dra. Dyah Kurniawati, M.Si (  )  
NIDN. 0713126601
2. Vivi Ariyani, S.E., M.Sc (  )  
NIDN. 0717128001
3. Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc (  )  
NIDN. 0721048301

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul **Analisa Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Revlon.**

Tidak memuat karya orang lain atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah. Jikalau ternyata terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal dan saya bersedia gelar keserjanaan saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa ditiadakan.

Madiun, 1 November 2019



**Septian Lianto Sahputra**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“God is Good..”**

Kupersembahkan karya ini untuk:

- *Tuhan Yesus Kristus*
- *Ayah dan Ibu tercinta*
- *Kakak tercinta*
- *Teman-teman tersayang*
- *Almamaterku*
- *Keluarga besar Program Studi  
Manajemen*

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisa Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Revlon. Populasi dalam penelitian ini adalah *follower media youtube dan instagram* kosmetik Revlon. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu pengguna kosmetik Revlon, pengguna aktif *Instagram, Youtube* dan *follower* Revlon yang pernah berkomentar. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan Uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Ada pengaruh simultan dimensi *electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen (2) Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas argumen dalam *electronic Word Of Mouth* terhadap minat beli konsumen (3) Ada pengaruh positif dan signifikan kredibilitas sumber dalam *electronic Word Of Mouth* terhadap minat beli konsumen (4) Ada pengaruh positif dan signifikan persepsi sumber dalam *electronic Word Of Mouth* terhadap minat beli konsumen (5) Ada pengaruh positif dan signifikan gaya sumber dalam *electronic Word Of Mouth* terhadap minat beli konsumen (6) Ada pengaruh positif dan signifikan sikap terhadap sumber dalam *electronic Word Of Mouth* terhadap minat beli konsumen.

**Kata Kunci:** *electronic Word Of Mouth*, minat beli

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadapan Allah Bapa di Surga atas kasih karunia dan berkat yang telah dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Analisa Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Revlon.**

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Ardianus Laurens P., S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar, teliti dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, semangat, motivasi dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
2. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
3. Ibu Kristina selaku staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan seluruh pegawai perpustakaan yang telah banyak memberikan bantuannya selama masa studi.
4. Kedua orang tua dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan kepada penulis baik secara moral maupun materiil hingga penulis mampu menyelesaikan studi.
5. Kekasih yang telah sabar mendampingi dan selalu hadir memberikan semangat motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh responden pada penelitian ini yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner guna membantu penyelesaian skripsi ini.

7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan, serta bantuannya hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Madiun, 1November 2019

**Septian Lianto Sahputra**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan .....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	9
A. Telaah Teori dan Pengembangan Hipotesis .....	9
1. <i>Electronic Word-Of-Mouth</i> (E-WOM) .....	9
2. Media Sosial .....	15
3. Minat Beli .....	22
B. Pengembangan Hipotesis .....	26
C. Kerangka Konseptual .....	31
BAB III. METODA PENELITIAN .....	33
A. Desain Penelitian .....	33
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	33
1. Populasi .....	33
2. Sampel .....	33
3. Teknik Pengambilan Sampel .....	34
C. Definisi Operasional Variabel .....	35
1. Variabel Penelitian .....	35
2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel .....	35
D. Data dan Prosedur Pengumpulan Data .....	39
E. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	40
F. Teknik Analisis .....	40
1. Statistik Deskriptif .....	40
2. Uji Kualitas Data .....	40
3. Uji Asumsi Klasik .....	42
4. Uji Hipotesis .....	44
5. Analisis Regresi Linier Berganda .....	45

6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	46
BAB IV. ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN .....	47
A. Gambaran Umum Penelitian .....	47
1. Data Responden .....	48
2. Karakteristik Responden .....	49
B. Hasil Penelitian .....	51
1. Analisa Deskriptif.....	51
2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	58
3. Pengujian Asumsi Klasik .....	62
C. Pembahasan .....	72
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN .....	77
A. Kesimpulan .....	77
B. Implikasi Manajerial.....	78
C. Keterbatasan Penelitian .....	78
D. Saran .....	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Respon Rate dan Kuesioner yang diolah. ....	49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden.....	50
Tabel 4.3	Rentang Skala.....	51
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Argumen. ....	52
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Kredibilitas Sumber .....	53
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Sumber.....	54
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Gaya Sumber .....	55
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Sikap Terhadap Informasi. ...	56
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli.....	57
Tabel 4.10	Rangkuman Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Argumen ( $X_1$ ).....	58
Tabel 4.11	Rangkuman Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kredibilitas Sumber ( $X_2$ ).....	59
Tabel 4.12	Rangkuman Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi Sumber ( $X_3$ ). ....	59
Tabel 4.13	Rangkuman Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Gaya Sumber ( $X_4$ ). ....	60
Tabel 4.14	Rangkuman Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sikap Terhadap Informasi ( $X_5$ ).....	61
Tabel 4.15	Rangkuman Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Minat Beli ( $Y$ ).....	61
Tabel 4.16	Uji Normalitas .....	62
Tabel 4.17	Uji Heterokedastisitas. ....	63
Tabel 4.18	Uji Multikolinearitas. ....	64
Tabel 4.19	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
Tabel 4.20	Hasil Analisis Uji T. ....	67
Tabel 4.21	Hasil Analisis Uji F .....	70
Tabel 4.22	Adj R Square.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual .....	32

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	kuesioner penelitian
Lampiran 2	karakteristik responden
Lampiran 3	tabulasi jawaban responden
Lampiran 4	analisis statistik deskriptif
Lampiran 5	reliabilitas dan validitas
Lampiran 6	uji asumsi klasik
Lampiran 7	analisis regresi linier berganda
Lampiran 8	tabel r dan tabel t