

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(eWOM) DAN CITRA MEREK TERHADAP
MINAT BELI OBAT JERAWAT ACNES**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan

Program Sarjana Manajemen



Oleh

Ni Putu Bella Widhi Lestari

NIM 2117041077

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2025

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

Menyetujui

Pembimbing I,



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 19761110 201404 2 001

Pembimbing II,



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A.
NIP. 19820831 201012 1 001

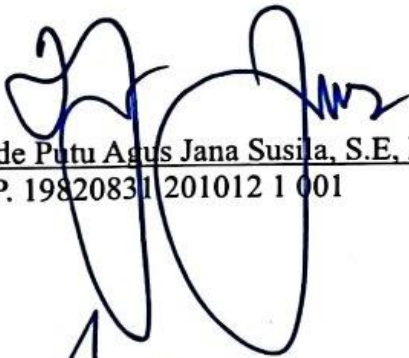
Skripsi oleh Ni Putu Bella Widhi Lestari ini
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 3 Juli 2025

Dewan Penguji,



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 19761110 201404 2 001

(Ketua)



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E, M.B.A.
NIP. 19820831 201012 1 001

(Anggota)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari S.E., M.M.
NIP. 19850504 201504 2 001

(Anggota)

Diterima oleh panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 3 Juli 2025

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 19681029 199303 2 001



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 19910607 202012 2 017



Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak, M.Si.
NIP. 19790616 200212 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis saya yang **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (eWOM) dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Obat Jerawat Acnes”** beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 3 Juli 2025

Yang membuat pernyataan

The stamp is rectangular and contains the text 'METERAI TEMPEL' and 'CFAMX234971144'. To the left of the stamp is a vertical strip with a yellow and black pattern. A handwritten signature in blue ink is written over the stamp.

Ni Putu Bella Widhi Lestari

NIM 2117041077

PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa karena berkat Rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (eWOM) dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Obat Jerawat Acnes”**. Adapun tujuan dari penulisan ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing dan meluangkan waktunya dalam setiap proses bimbingan hingga pada akhirnya sampai pada tahap penyelesaian skripsi ini.
6. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Pembimbing Pendamping yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta meluangkan waktunya untuk proses bimbingan sampai pada tahap penyelesaian skripsi ini.
7. Ida Bagus Koman Suarmaja, S.E., M.M., selaku Pembimbing Akademik yang telah dengan sabar dan penuh tanggung jawab memberikan bimbingan dan motivasi selama proses perkuliahan penulis.
8. Staf Dosen di jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha atas segala ilmu, wawasan, serta didikan dan motivasi yang telah diberikan selama proses perkuliahan.

9. Staf Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan banyak bantuan selama penulis menjalani proses perkuliahan sampai pada tahap penyelesaian skripsi.
10. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha dan para staf perpustakaan yang telah memberikan bantuan dalam pelayanan peminjaman buku-buku yang diperlukan penulis selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.
11. Kepada mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha yang berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini serta berkenan memberikan data-data yang mendukung terselesaikannya skripsi ini.
12. Keluarga tercinta, Bapak I Ketut Gede Dony Widhi Ariawan, Ibu Nyoman Sri Budiasih dan adik-adik I Kadek Kesawa Widhi Kusuma, I Komang Baratasresta Widhi Amritha, dan I Ketut Gede Airlangga Widhi Prabhawa yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi untuk penulis agar dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
13. Kepada teman dan sahabat yang telah menghibur, memberikan semangat serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak serta menambah wawasan pembaca.

Singaraja, 3 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN

PRAKATA.....	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang Penelitian	1
1. 2 Identifikasi Masalah Penelitian	10
1. 3 Pembatasan Masalah Penelitian	11
1. 4 Rumusan Masalah	11
1. 5 Tujuan Penelitian	11
1. 6 Manfaat Hasil Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORI.....	13
2.1 Minat Beli	13
2.1.1 Pengertian Minat Beli	13
2.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	14
2.1.3 Indikator Minat Beli.....	15
2.2 <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	16
2.2.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	16
2.2.2 Faktor–Faktor yang Mempengaruhi <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	17
2.2.3 Indikator <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	18
2.3 Citra Merek.....	19
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	19
2.3.2 Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	20
2.3.3 Indikator Citra Merek	21
2.4 Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	22
2.5 Hubungan Antar Variabel	25
2.6 Kerangka Berpikir	27

2.7 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	29
3.2 Rancangan Penelitian	29
3.3 Subjek Penelitian	29
3.4 Objek Penelitian	30
3.5 Populasi Penelitian	30
3.6 Sampel Penelitian	31
3.7 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
3.8 Jenis dan Sumber Data	32
3.9 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	33
3.9.1 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.9.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	34
3.10 Metode dan Teknik Analisis Data.....	38
3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	41
3.11 Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Data	44
4.1.1 Deskripsi Karakter Responden	45
4.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	47
4.2.1 Uji Normalitas Data	47
4.2.2 Uji Multikolinieritas	48
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	49
4.2.5 Uji Regresi Linier Berganda	50
4.2.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	52
4.3 Pengujian Hipotesis	52
4.3.1 <i>Output</i> SPSS Uji t (Parsial).....	52
4.3.3 <i>Output</i> SPSS Uji F (Simultan).....	53
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	54

4. 4.1	Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Beli.....	54
4. 4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	55
4. 4.3	Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) dan Citra Merek Terhadap Minat Beli	57
4. 4.4	Keterbatasan Penelitian.....	59
4. 5	Implikasi	60
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN.....		62
5.1	Rangkuman.....	62
5.2	Kesimpulan.....	64
5.3	Saran	66
DAFTAR RUJUKAN		68
LAMPIRAN.....		71



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i>	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	22
Tabel 3. 1 Definisi Variabel Operasional	32
Tabel 3. 2 Penilaian Instrumen Penelitian	34
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4. 1 Rincian Penyebaran Kuesioner Penelitian	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov -Smirnov Test</i>	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Glejser.....	50
Tabel 4. 8 Analisis Regresi Berganda.....	50
Tabel 4. 9 Koefisien Determinasi.....	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji t	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Ulasan positif konsumen.....	6
Gambar 1. 2 Ulasan negatif konsumen	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 4. 1 Grafik P-Plot	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2 Hasil Wawancara Dengan SPG Toko Kosmetik Di Singaraja.....	75
Lampiran 3 Hasil Observasi Awal Minat Beli	78
Lampiran 4 Hasil Observasi Awal Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	79
Lampiran 5 Hasil Observasi Awal Variabel Citra Merek	80
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	81
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil.....	81
Lampiran 8 Rincian Penyebaran Kuesioner.....	81
Lampiran 9 Rincian Penyebaran Kuesioner.....	81
Lampiran 10 Hasil <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	82
Lampiran 11 Uji Multikolinieritas dan Regresi Linier Berganda	82
Lampiran 12 Hasil Uji Glejser	82
Lampiran 13 Koefisien Determinasi	82
Lampiran 14 Hasil Uji t (Parsial).....	83
Lampiran 15 Hasil Uji F(Simultan)	83
Lampiran 16 Data Tabulasi Sampel Kecil.....	83
Lampiran 17 Data Tabulasi	84
Lampiran 18 Dokumentasi Wawancara di Toko Kecantikan	87
Lampiran 19 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	88