



SKRIPSI

**Skripsi diajukan sebagai persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana dalam studi Komunikasi**

(Hubungan Masyarakat)

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *SCARLETT*
*WHITENING***

**Diajukan Oleh:
Beliana Rudang Emaninta br. Ginting
009202105012**

**FAKULTAS HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
CIKARANG
NOVEMBER, 2024**

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING

Beliana Rudang Emaninta br. Ginting^a, Abhirama S.D. Perdana, S.Pd., M.Ed.,
MComn&MediaSt.^b, Achmad Supardi, S.IP. M.A., Ph.D. ^c

^a*Beliana Rudang Emaninta br. Ginting, Jl. Panda 1 No 26, Cikarang Baru, Bekasi, Indonesia, 081381274598,*
[*belianaginting@gmail.com*](mailto:belianaginting@gmail.com)

^b*Abhirama S.D. Perdana, S.Pd., M.Ed., MComn&MediaSt. President University, Jababeka Education Park 17550,*
Indonesia, perdana.abhirama@president.ac.id

^c*Achmad Supardi, S.IP. M.A., Ph.D. President University, Jababeka Education Park 17550, Indonesia,*
[*achmadsupardi@president.ac.id*](mailto:achmadsupardi@president.ac.id)

Turnitin Check result

Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening

ORIGINALITY REPORT			
13%	13%	8%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.president.ac.id Internet Source	1%	
2	eprints.ums.ac.id Internet Source	1%	
3	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%	
4	Submitted to Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Student Paper	<1%	
5	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1%	
6	journal.widyakarya.ac.id Internet Source	<1%	
7	erepository.uwks.ac.id Internet Source	<1%	
8	repository.ub.ac.id Internet Source	<1%	

GPT anti-plagiarism check results

 **GPTZero** Version 2024-04-10-multilingualBAB 1 PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Produk Keca... - 3/14/2025

AI Report

We are highly confident this text is

Human Generated

AI Probability 4% This number is the probability that the document is AI generated, not a percentage of AI text in the document.	Plagiarism  The plagiarism scan was not run for this document. Go to gptzero.me to check for plagiarism.
--	--

Abstrak

Industri kecantikan saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, khususnya di sektor skincare di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya dan memiliki pasar yang luas dengan prospek yang menjanjikan. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya merawat kesehatan kulit, sehingga mereka lebih selektif dalam memilih produk perawatan yang sesuai. Salah satu produk lokal yang berhasil meraih popularitas tinggi adalah *Scarlett Whitening*, yang menempati peringkat kedua sebagai produk dengan penjualan terlaris di e-commerce. Pada periode April–Juni 2022, total penjualannya mencapai Rp 40,9 miliar. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda dan melibatkan 100 responden yang pernah menggunakan produk *Scarlett Whitening* sebagai sampel penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*.

Kata Kunci: Electronic Word of Mouth , Brand Image, Keputusan Pembelian

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat kasih dan penyertaan-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dalam segala keadaan yang ada. Saya juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak luar biasa yang telah memberikan dukungan serta berperan dalam proses penyusunan skripsi ini.

1. Kepada pembimbing skripsi saya, Mr. Abhirama S.D. Perdana, S.Pd., M.Ed., MComn&MediaSt., dan Mr. Achmad Supardi, S.IP., M.A., Ph.D., saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, masukan, serta dukungan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Saya sangat menghargai waktu dan ilmu yang telah diberikan. Terima kasih atas kesabaran dan arahan yang membantu saya menyelesaikan penelitian ini.
2. Kepala Prodi Mr. M. Raudy Gathmyr, S.Sos., M.Si. dan kepada seluruh dosen yang telah memberikan waktu dan ilmunya kepada saya melalui mata kuliah yang sudah saya ambil dari semester 1 hingga semester akhir ini.
3. Kepada Papa dan Mama saya tercinta Benny Ginting dan Litna br. Sinuhaji dan adik saya tersayang Beryl Jananta Prima Ginting. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih sayang, serta mendoakan dan memberikan perhatian penuh hingga saya bisa meraih gelar sarjana. Tanpa ada doa dan dukungan dari papa, mama dan adik saya skripsi ini mungkin tidak akan pernah selesai. Saya merasa sangat bersyukur bisa ada ditengah keluarga yang sangat supportif. Semoga Papa, Mama dan Beryl selalu sehat, panjang umur, dan bahagia selalu.
4. Kepada Partner saya Antoni Frico Tarigan dan kepada sahabat-sahabat saya Linjanie, Johaness, Aureliya. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan skripsi saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini baik tenaga dan waktu. Terima kasih selalu menemani dan meluangkan waktunya, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan dan memberi semangat untuk terus maju. Harapan saya semoga kita bisa sukses bersama dengan apa yang telah kita impikan.
5. Kepada Seluruh responden yang sudah memberikan waktunya untuk membantu saya menyelesaikan skripsi ini dengan cara mengisi kuesioner yang saya sebar.

Daftar Isi

Pernyataan Persetujuan Dosen Penguji.....	ii
Pernyataan Orisinalitas	iii
Persetujuan Publikasi Ilmiah untuk Kepentingan Akademis.....	iv
Persetujuan Pembimbing untuk Publikasi	v
Persetujuan Pembimbing untuk Publikasi	vi
Pernyataan Kepenulisan	vii
Pernyataan Kepenulisan	viii
Turnitin Check result	ix
GPT anti-plagiarism check results	x
Ucapan Terima Kasih	xii
Daftar Isi	xiv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Dasar Teori.....	8
2.2.1 Electronic Word of Mouth	8
2.2.2 Brand Image.....	10
2.2.3 Keputusan Pembelian	12
2.2.4 Scarlett Whitening	16
2.2.5 Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada produk Scarlett Whitening	18
BAB 3	19
METODE.....	19
3.1 Paradigma Penelitian.....	19

3.2 Pendekatan Penelitian.....	19
3.4 Kerangka Pemikiran.....	22
3.5 Hipotesis	23
3.6 Instrumen Statistika	24
3.6.1 Pengumpulan Data	24
3.6.2 Instrumen	25
3.6.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	29
3.6.4.1 Uji Normalitas	29
3.6.4.2 Uji Heteroskedastisitas	30
3.6.4.3 Uji Multikolinearitas	30
3.6.5 Analisis Regresi Berganda.....	30
3.6.5.1 Uji t (Parsial)	31
3.6.5.3 Koefisien Determinasi.....	31
3.7 Unit Analisis	31
3.7.1 Populasi	31
3.7.2 Sampel	32
3.7.3 Teknik Sampling.....	33
BAB 4	35
HASIL DAN DISKUSI	35
4.1 Hasil.....	35
4.1.1 Data Responden	35
4.1.2 Uji Validitas	37
4.1.3 Uji Reliabilitas	38
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	39
4.1.4.1 Uji Normalitas	39
4.1.4.2 Uji Heteroskedastisitas	40
4.1.4.3 Uji Multikolinearitas	40
4.1.5 Analisis Regresi Berganda	41
4.1.5.1 Analisis Regresi Linear	41
4.1.5.2 Uji t	42
4.1.5.3 Uji F.....	43
4.1.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)	44
4.2 Diskusi dan Interpretasi	45
BAB 5	50
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	50
5.1 Kesimpulan	50

5.2 Rekomendasi.....	50
Daftar Pustaka.....	52
Lampiran	55

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Data Pasar Beauty Tahun 2015-2023.....	1
Gambar 1.2 Produk Scarlett Whitening.....	2
Gambar 1.3 Brand Skincare terlaris di E-Commerce	4
Gambar 1.4 Pengguna dan Tingkat penetrasi E-Commerce.....	4
Gambar 2.1 Model Proses Keputusan Pembelian	12
Gambar 2.2 Logo Perusahaan Scarlett Whitening.....	16
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	35
Gambar 4.2 Usia Responden	36
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden	36
Gambar 4.4 Uji Normalitas	39
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas	40
Gambar 4.6 Uji Multikolinearitas.....	40
Gambar 4.7 Uji t.....	41
Gambar 4.8 Uji F	44
Gambar 4.9 Uji R ²	45

Daftar Tabel

Tabel 3.1 Skala Skor Likert	26
Tabel 3.2 Tabel BluePrint	26
Tabel 3.3 Tabel Cronbach's Alpha Table	29
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	37
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	38