

**ANALISIS PENGARUH E-WOM PADA NIAT BELI BERDASARKAN
INFORMATION ADOPTION MODEL
(STUDI PADA 99KOUTLET DI MEDIA SOSIAL TIKTOK)**

**Skripsi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat
Sarjana Manajemen (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :
Angelica Audrey Jonathan Siahilan Lakshobintoro
NPM : 20 03 25322**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi

**ANALISIS PENGARUH E-WOM PADA NIAT BELI BERDASARKAN
INFORMATION ADOPTION MODEL
(STUDI PADA 99KOUTLET DI MEDIA SOSIAL TIKTOK)**

Disusun oleh :

Angelica Audrey Jonathan Slahilan Lakshobintoro

NPM : 20 03 25322

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing,



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

19 Juni 2024

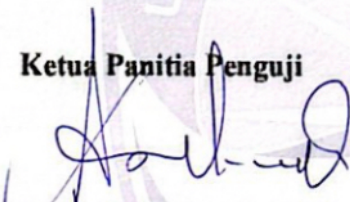
Skripsi
ANALISIS PENGARUH E-WOM PADA NIAT BELI BERDASARKAN
INFORMATION ADOPTION MODEL
(STUDI PADA 99KOUTLET DI MEDIA SOSIAL TIKTOK)

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh :
Angelica Audrey Jonathan Siahilan Lakshobintoro
NPM : 20 03 25322

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 10 Juli 2024 dan
telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

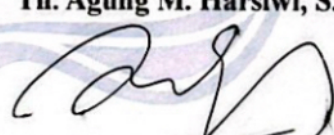
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Th. Agung M. Harsiwi, S.E., M.Si.


W. Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

Yogyakarta, 18 Juli 2024
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.
FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH E-WOM PADA NIAT BELI BERDASARKAN
INFORMATION ADOPTION MODEL
(STUDI PADA 99KOUTLET DI MEDIA SOSIAL TIKTOK)**

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain telah dinyatakan secara tertulis pada skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau keseluruhan dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang telah saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 19 Juni 2024

Yang menyatakan



Angelica Audrey Jonathan Siahilan Lakshobintoro

**ANALISIS PENGARUH E-WOM PADA NIAT BELI BERDASARKAN
INFORMATION ADOPTION MODEL
(STUDI PADA 99KOUTLET DI MEDIA SOSIAL TIKTOK)**

Disusun oleh :

Angelica Audrey Jonathan Siahilan Lakshobintoro

NPM : 20 03 25322

Pembimbing :

Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

Abstrak

Platform digital mengubah aktivitas pemasaran konvensional menuju digital (*digital marketing*). Kini aktivitas pemasaran juga dilakukan di media sosial seperti Tiktok dan Instagram, melibatkan proses penyebaran informasi dari mulut ke mulut (E-WOM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh E-WOM pada niat beli berdasarkan *Information Adoption Model*. Studi ini meneliti tentang konten promosi 99koutlet di Tiktok. Target penelitian ini adalah pengguna Tiktok yang mengetahui 99koutlet. Pengumpulan data menggunakan metode *purposive sampling*. Data yang berhasil dikumpulkan adalah sebesar 161 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis berupa SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas informasi dan kredibilitas informasi mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kegunaan informasi, yang selanjutnya kegunaan informasi mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap adopsi informasi, dan pada akhirnya adopsi informasi mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen 99koutlet. Sedangkan kuantitas informasi tidak mempengaruhi kegunaan informasi yang diterima oleh konsumen 99koutlet.

Kata kunci : *digital marketing*, E-WOM, *Information Adoption Model*, niat beli, *Korean Fashion*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat karunia dan rahmat penyertaan-Nya sehingga penulis dapat berproses dan pada akhirnya menyelesaikan skripsi dengan baik sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Penyusunan skripsi dilakukan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

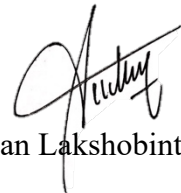
Dalam proses pengerjaan skripsi penulis menyadari adanya dukungan dari banyak pihak, baik yang membantu secara langsung maupun tidak langsung, hingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing penulis dan selaku dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas waktu dan tenaga, saran dan kritik, arahan dan masukan, serta bimbingan dan bantuannya selama proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir.
2. Para dosen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing penulis dari awal hingga akhir proses perkuliahan.
3. Keluarga yang dikasihi penulis, yaitu orang tua, Cici Anneke, juga Chimol dan Mochi atas dukungan, doa, asupan gizi, serta kasih sayang dan cintanya selama proses pengerjaan skripsi sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
4. Adrian selaku teman hidup dan sahabat teristimewa penulis, atas bantuan, dukungan, kasih sayang, doa, dan cintanya, serta segala perhatiannya dalam menjadi tempat penulis berkeluh kesah dan berproses dalam mengerjakan skripsi hingga akhirnya skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ayu, Ajeng, Clarissa, Sara, Owen, Gebby, Jojo, Nonik, selaku teman seperjuangan penulis selama berkuliah di Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu dan memberikan dukungan doa dan semangat dalam proses pengerjaan skripsi.

6. Seluruh teman-teman di bawah bimbingan Bu Mahestu, Fifi, Elva, Dela, Richard, Gladys, Angel, Gilbert, Thea, Andre, atas dinamikanya selama proses pengerjaan skripsi.
7. Seluruh teman-teman KKN, Farrel, Faris, Amos, Ello, El, Putri, atas dukungan doa dan semangatnya dalam proses pengerjaan skripsi.
8. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberi semangat dan doa kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi.

Terlepas dari semuanya, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis terbuka untuk segala kritik dan saran yang diberikan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pembaca dan berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk banyak pihak.

Yogyakarta, 19 Juni 2024



Angelica Audrey Jonathan Siahilan Lakshobintoro

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pengertian Variabel	6
2.1.1 <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM)	6
2.1.2 <i>Information Adoption Model</i> (IAM).....	6
2.1.3 Kualitas Informasi	7
2.1.4 Kuantitas Informasi	8
2.1.5 Kredibilitas Informasi.....	9
2.1.6 Kegunaan Informasi.....	9
2.1.7 Niat Beli.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	10
2.3 Pengembangan Hipotesis	15
2.4 Model Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Lokasi, Subjek, dan Objek Penelitian	20
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	20

3.3 Metode Penelitian.....	21
3.4 Metode Pengambilan Sampel.....	21
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	22
3.6 Definisi Operasional Variabel	23
3.7 Metode Analisis Data	25
3.8 Metode Pengujian Data	26
3.8.1 <i>Goodness of Fit : Outer Model</i>	26
3.8.2 <i>Goodness of Fit : Inner Model</i>	27
3.8.3 Pengujian Hipotesis	27
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Hasil <i>Face Validity</i>	28
4.2 Hasil Analisis Demografi	30
4.3 Hasil Pengujian Data.....	31
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis	37
4.5 Pembahasan.....	38
BAB V PENUTUP.....	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Implikasi Manajerial	44
5.3 Kelemahan Penelitian.....	46
5.4 Saran Penelitian Berikutnya	46
DAFTAR PUSTAKA	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden	23
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	24
Tabel 4.1 Hasil <i>Face Validity</i>	28
Tabel 4.2 Hasil Uji <i>Loading Factor</i> dengan SmartPLS	31
Tabel 4.3 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) dengan SmartPLS	33
Tabel 4.4 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> dengan SmartPLS	33
Tabel 4.5 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> dengan SmartPLS	35
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dengan SmartPLS	35
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>R-Square</i> dengan SmartPLS	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Beta dengan SmartPLS	37
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis dengan SmartPLS	38

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER DARING	50
LAMPIRAN II JAWABAN RESPONDEN.....	64
LAMPIRAN III HASIL OLAH DATA.....	74
LAMPIRAN IV JURNAL UTAMA	82