

***SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST SEBAGAI DETERMINAN PURCHASE DECISION PRODUK SKINCARE AVOSKIN PADA PLATFORM TIKTOK***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta



**Disusun Oleh:**

Putri Utami

NIM: 2000011101

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN YOGYAKARTA**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

***SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST SEBAGAI DETERMINAN PURCHASE DECISION PRODUK SKINCARE AVOSKIN PADA PLATFORM TIKTOK***



Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing



Tina Sulistiyani, S.E., M.M.  
NIPM. 19730905 200002 011 0861603

Yogyakarta, 16 Juli 2024

**HALAMAN PENGESAHAN**

***SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST SEBAGAI DETERMINAN PURCHASE DECISION PRODUK SKINCARE AVOSKIN PADA PLATFORM TIKTOK***

Diajukan Oleh :

Putri Utami

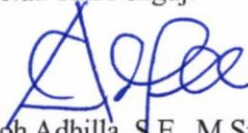
2000011101

Skripsi Ini Telah Dipertahankan Dan Disahkan Di Depan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Tanggal, 16 Juli 2024

Yang terdiri dari :

Ketua Tim Penguji



Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.  
NIPM. 19740708 200102 011 0881525

Anggota Tim Penguji 1



Tina Sulistiyani, S.E., M.M.

NIPM. 19730905 200002 011 0861603

Anggota Tim Penguji 2




Bagus Gumelar, S.E., M.M.

NIPM. 19871024 201606 111 1235070

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan



  
Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR.

NIPM. 19700620 199601 011 0784345


## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST SEBAGAI DETERMINAN PURCHASE DECISION PRODUK SKINCARE AVOSKIN PADA PLATFORM TIKTOK”** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut diatas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari Universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Yang menyatakan



Putri Utami

NIM 2000011101

Saksi 1, Ketua Tim Penguji



Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.

NIPM. 19740708 200102 011 0881525

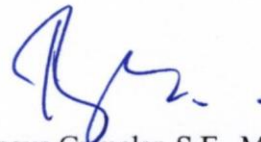
Saksi 2, Anggota Tim Penguji



Tina Sulistiyani, S.E., M.M.

NIPM. 19730905200002 011 0861603

Saksi 3, Anggota Tim Penguji



Bagus Gumelar, S.E., M.M.

NIPM. 19871024 201606 111 1235070

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Utami  
NIM : 2000011101  
E-mail : [putri2000011101@webmail.uad.ac.id](mailto:putri2000011101@webmail.uad.ac.id)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Tugas Akhir : **“SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST SEBAGAI DETERMINAN PURCHASE DECISION PRODUK SKINCARE AVOSKIN PADA PLATFORM TIKTOK”.**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Hasil yang saya serahkan adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun Institusi lainnya.
2. Hasil karya ini bukan terjemahan melainkan merupakan gagasan rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 16 Juli 2024



Putri Utami  
NIM 2000011101

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :


Nama : Putri Utami  
NIM : 2000011101  
E-mail : [putri2000011101@webmail.uad.ac.id](mailto:putri2000011101@webmail.uad.ac.id)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Tugas Akhir : **“SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST SEBAGAI DETERMINAN PURCHASE DECISION PRODUK SKINCARE AVOSKIN PADA PLATFORM TIKTOK”**.

Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur, serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan tugas akhir elektroknik sebagai berikut:


Saya (~~mengizinkan~~ / ~~tidak mengizinkan~~) karya tersebut diunggah kedalam aplikasi Respository Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Mengetahui  
Dosen Pembimbing

  
Tina Sulistiyani, S.E., M.M.  
NIPM. 19730905 200002 011 0861603

Yogyakarta, 16 Juli 2024  
Yang menyatakan

  
Putri Utami  
NIM 2000011101

## **MOTTO**

“Sungguh atas kehendak Allah semua ini terwujud, tiada kekuatan kecuali dengan pertolongan Allah”

(QS. Al Kahfi : 39)

“Jangan biarkan perkataan mereka membuatmu sedih”

(QS. Yunus : 65)

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamiin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat kesehatan, dan pertolongannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan baik dari orang-orang terkasih baik secara langsung maupun tidak langsung. Tiada lembar yang paling romantis dalam skripsi ini kecuali lembar persembahan, maka dari itu skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Lelaki hebat yang menjadi cinta pertama untuk penulis, Bapak Karsono Priyo Utomo. Beliau memang tidak sempat untuk merasakan pendidikan di perkuliahan, namun dari beliau penulis tidak berputus asa untuk mengejar gelar sarjana.
2. Perempuan cantik yang sangat sederhana, Ibu Suginem S.Pd. yang biasa penulis sebut mama. Beliau yang sudah mendidik penulis dengan penuh kesabarannya dan selalu menjadi penasihat sekaligus penyemangat sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sampai sarjana.
3. Kakak-Kakakku tersayang, Randi Wibowo beserta Istri dan Dyan Haryanto, S.P. terimakasih karena selalu memberikan *support* dan selalu ada disaat penulis membutuhkan segala macam bantuan.
4. Ponakan yang dicintai, Galen Ray Surendra yang selalu menjadi *mood booster* penulis melalui celotehan lucunya.
5. Keluarga besar Bapak Martosetomo dan Bapak Mardjuki yang selalu mendoakan dan memotivasi penulis.
6. Keluarga besar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
7. Sahabat penulis sejak SMK sampai saat ini, Catur Novita Lissiami dan Fatimatuz Zahro terimakasih sudah menjadi teman terbaik yang selalu mendukung dengan lelucon dan *roasting*-an yang membuat penulis semangat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Tim KKN @jodog.journey terimakasih telah memberikan motivasi dengan selalu memberikan kata-kata penyemangat yang menjadi salah satu alasan penulis untuk tetap fokus dalam penyusunan skripsi ini.



9. Teman-teman seperjuangan dimasa perkuliahan, Ewina Hasmita Hanisna, Vina Kusdiyanti, dan Via Luthfiatul Haya terimakasih atas semangat, kekeluargaan, dan kebersamaan yang mungkin tidak mudah untuk dilupakan selama masa perkuliahan serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman GBK, Aula Sari, Cholis Nur Azizah, Ilka Nur Iman, Az'zahra Tiara Diranti, Shaneva Fitria Desta Wibowo, Risa Rosiana terimakasih atas pertanyaan “sudah sampai mana skripsimu?” yang menjadikan penulis untuk tidak menyerah dalam penyusunan skripsi ini.
11. Keluarga besar satu daerah penulis “IKMACADA” terimakasih karena sudah saling membantu dan menjadi rumah di perantauan.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan banyak doa dan motivasi serta turut bersuka cita atas keberhasilan penulis yang telah menyelesaikan skripsi ini.
13. Diri sendiri, Putri Utami. Terimakasih telah berusaha dan berjuang sejauh ini. Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah berani untuk bertanggung jawab menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terimakasih karena sudah mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Penulis



Putri Utami

NIM 2000011101

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan bagi kita semua serta melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “***SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST SEBAGAI DETERMINAN PURCHASE DECISION PRODUK SKINCARE AVOSKIN PADA PLATFORM TIKTOK***”. Skripsi ini dibuat sebagai persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Muchlas, M.T. selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang telah menyediakan sarana dan prasarana belajar kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Ahmad Dahlan.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang telah memimpin dan mendukung kegiatan akademik selama penulis menjalani proses studi.

3. Ibu Dyah Fitriani, S.E., M.M. dan Bapak Amir Hidayatulloh, S.E., M.Sc. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
4. Ibu Tina Sulistiyani, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa memberikan *support*, bimbingan, serta masukan dengan ketulusan hati dan kesabarannya selama proses penyusunan skripsi dari awal sampai akhir sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr., Fitroh Adhilla, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama masa studi di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
6. Seluruh Dosen dan Staf Tata Usaha Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak Karsono Priyo Utomo dan Ibu Suginem, S.Pd. yang telah memberikan segalanya untuk penulis.
8. Kakak-Kakakku, Randi Wibowo beserta Istri dan Dyan Haryanto, S.P. yang telah memberikan motivasi dan bantuan baik material maupun non-material.
9. Ponakanku, Galen Ray Surendra dan Seluruh anggota keluarga yang telah menjadi penyemangat untuk menyelesaikan pendidikan di perkuliahan ini.
10. Para responden yang telah membantu penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
11. Teman-teman seperjuangan seluruh mahasiswa angkatan 2020 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

12. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan dan terlibat selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini bisa memberikan kontribusi manfaat bagi pengembangan Ilmu Pengetahuan khususnya pada bidang Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Penulis



Putri Utami

NIM 2000011101

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
INTISARI.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Landasan Teori.....	15
1. <i>Social Media Marketing</i> .....	15
2. <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> .....	19
3. <i>Brand Image</i> .....	22
4. <i>Brand Trust</i> .....	25
5. <i>Purchase Decision</i> .....	28
B. Peneliti Terdahulu.....	34
C. Hipotesis.....	36
D. Model Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41

A. Paradigma Penelitian.....	41
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampling.....	41
1. Populasi .....	41
2. Sampel.....	42
3. Teknik Pengambilan Sampling.....	43
C. Metode Pengumpulan Data .....	43
1. Jenis Data .....	43
2. Teknik Pengumpulan Data .....	44
3. Skala Pengukuran .....	45
D. Definisi Operasional Variabel .....	45
1. <i>Independent Variable</i> .....	46
2. <i>Dependent Variable</i> .....	50
E. Uji Instrumen .....	52
1. Uji Validitas .....	52
2. Uji Reliabilitas.....	52
F. Teknik Analisis Data .....	53
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
2. Uji Parsial (Uji t) .....	54
3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	57
A. Gambaran Umum Penelitian.....	57
B. Karakteristik Responden .....	58
C. Hasil Uji Instrumen.....	61
1. Uji Validitas .....	61
2. Uji Reliabilitas.....	66
D. Analisis Data .....	67
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
2. Uji Parsial (Uji t) .....	69
3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71
E. Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. Kesimpulan .....	77

B. Keterbatasan Penelitian.....	77
C. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 .....	3
Gambar 1. 2 .....	5
Gambar 1. 3 .....	6
Gambar 1. 4 .....	7
Gambar 2. 1 .....	40



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 .....	9
Tabel 2. 1 .....	34
Tabel 3. 1 .....	45
Tabel 3. 2 .....	46
Tabel 3. 3 .....	50
Tabel 4. 1 .....	59
Tabel 4. 2 .....	62
Tabel 4. 3 .....	63
Tabel 4. 4 .....	64
Tabel 4. 5 .....	65
Tabel 4. 6 .....	66
Tabel 4. 7 .....	67
Tabel 4. 8 .....	68
Tabel 4. 9 .....	70
Tabel 4. 10 .....	71

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 .....	86
Lampiran 2 .....	86
Lampiran 3 .....	87
Lampiran 4 .....	88
Lampiran 5 .....	89
Lampiran 6 .....	90
Lampiran 7 .....	106
Lampiran 8 .....	127
Lampiran 9 .....	137
Lampiran 10 .....	140

## INTISARI

Penggunaan media sosial dan *platform digital* semakin dominan dalam pemasaran produk dan memengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Salah satu brand perawatan kulit yaitu Avoskin, memanfaatkan *platform* TikTok untuk memperluas pasar dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor-faktor seperti *Social media marketing*, *Electronic word of mouth (EWOM)*, *Brand image*, dan *Brand trust* menjadi kunci dalam membentuk citra merek, kepercayaan konsumen dan akhirnya memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *social media marketing*, *electronic word of mouth*, *brand image* dan *brand trust* terhadap *purchase decision* produk skincare Avoskin pada *platform* Tiktok. Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Jumlah sampel dihitung dengan rumus Hair *et al.* (2010) dan didapatkan 135 sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan kuisisioner *google form*. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *social media marketing*, *electronic word of mouth*, *brand image* dan *brand trust* terhadap *purchase decision* produk skincare Avoskin pada *platform* Tiktok.

**Kata kunci:** *social media marketing*, *electronic word of mouth (E-WOM)*, *brand image*, *brand trust*, *purchase decision*

## ABSTRACT

*The use of social media and digital platforms is increasingly dominant in product marketing and influences consumer behavior in making purchasing decisions. One skincare brand, Avoskin, uses the TikTok platform to expand the market and influence consumer purchasing decisions. Factors such as Social media marketing, Electronic word of mouth (EWOM), Brand image, and Brand trust are key in shaping brand image, consumer trust and ultimately influencing purchasing decisions. This research aims to test the positive and significant influence of social media marketing, electronic word of mouth, brand image and brand trust on purchase decisions for Avoskin skincare products on the Tiktok platform. The research method uses quantitative with an associative approach. The number of samples is calculated using the Hair et al., (2010) formula and obtained 135 samples. The sampling technique uses purposive sampling method. Data collection was carried out using a Google Form questionnaire. Next, the data obtained was analyzed using SPSS version 26 application. The conclusion of this research is that there is a positive and significant influence from social media marketing, electronic word of mouth, brand image and brand trust on purchase decision for Avoskin skincare products on the Tiktok platform.*

***Keywords: social media marketing, electronic word of mouth (E-WOM), brand image, brand trust, purchase decision.***