

Skripsi Sarjana  
Program Studi Manajemen  
Semester Ganjil 2018/2019

**ANALISIS PENGARUH *POSITIVE E-WOM (ELECTRONIC WORD OF MOUTH)* TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN SECARA ONLINE DI KOTA BATAM**

NPM: 1541158  
Niawaty

**Abstrak**

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini ditujukan untuk mempelajari pengaruh hubungan dari variabel *positive e-WOM* dengan *brand image* dan *brand attitude* yang dapat mempengaruhi *purchase intention* konsumen pada produk kecantikan secara *online*.

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah wanita di kota Batam yang merupakan peminat produk kecantikan merek Korea dan terlibat dalam aktivitas *e-WOM* di sosial media Instagram. Metode penelitian menggunakan *purposive sampling*, dimana sampel penelitian wajib memenuhi kriteria karakteristik dari tujuan utama penelitian. Sedangkan metodologi penelitian ini menggunakan metode *structural equation modelling (SEM)* dengan *smart PLS* versi 3.0 untuk menganalisis pengaruh variabel independen (*positive e-WOM*) dan variabel mediasi (*brand image* dan *brand attitude*) terhadap variabel dependen (*purchase intention*).

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *positive e-WOM* berpengaruh signifikan positif terhadap variabel mediasi (*brand image* dan *brand attitude*), dan variabel dependen (*purchase intention*) secara langsung. *Positive e-WOM* juga berpengaruh signifikan positif secara tidak langsung terhadap *purchase intention* melalui variabel mediasi (*brand image* dan *brand attitude*).

**Kata kunci:** *Positive e-WOM, brand attitude, brand image, purchase intention, Instagram.*