

SKRIPSI

**PENGARUH EWOM TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN
PURCHASE INTENTION PRODUK INNISFREE DI
JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : THERESIA YONITA

NPM : 115150261

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2019

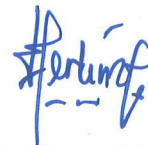
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : THERESIA YONITA
NPM : 115150261
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH EWOM TERHADAP *BRAND*
IMAGE DAN *PURCHASE INTENTION*
PRODUK INNISFREE DI JAKARTA

Jakarta, 5 Juli 2019

Pembimbing,



(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : THERESIA YONITA
NPM : 115150261
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH EWOM TERHADAP *BRAND*
IMAGE DAN *PURCHASE INTENTION*
PRODUK INNISFREE DI JAKARTA

Tanggal: 30 Juli 2019 Ketua Panitia :




(Louis Utama, S.E., M.M.)

Tanggal: 30 Juli 2019 Anggota Panitia :



(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

Tanggal: 30 Juli 2019 Anggota Panitia :



(Mei Ie, S.E., M.M.)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

(A) Theresia Yonita (115150261)

(B) PENGARUH EWOM TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN *PURCHASE INTENTION* PRODUK INNISFREE DI JAKARTA

(C) xii + 88 hal; tabel 17; gambar 8; lampiran 5

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) *Abstract: The purpose of this study is to find out 1) whether there is an effect of EWOM on Purchase Intention 2) whether there is an influence of the EWOM on Brand Image 3) whether there is an Influence of Brand Image on Purchase Intention 4) whether Brand Image can mediate EWOM influence on Purchase Intention. The population in this study were Innisfree products users in Jakarta. The sample used in this study was 100 respondents from Innisfree products users in Jakarta. The sampling technique used was probability sample with simple random sampling method. Overall the results of this study are 1) EWOM has a significant and positive effect on Purchase Intention, 2) EWOM has a significant and positive effect on Brand Image, 3) Brand Image has a significant and positive effect on Purchase Intention of 4) Brand Image has significantly and positively mediate the effect of EWOM on Purchase Intention*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) apakah terdapat pengaruh EWOM terhadap Niat pembelian 2) apakah terdapat pengaruh EWOM terhadap Citra Merek 3) apakah terdapat pengaruh Citra Merek terhadap Niat pembelian 4) apakah terdapat pengaruh EWOM terhadap Niat Pembelian melalui mediasi Citra Merek. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Produk Innisfree di Jakarta. Sampel yang digunakan pada

penelitian ini yaitu 100 responden pengguna produk Innisfree di Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu probability sampling dengan metode pengambilan sampel simple random sampling. Secara keseluruhan hasil dari penelitian ini yaitu 1) EWOM berpengaruh signifikan dan positif terhadap Niat Pembelian, 2) EWOM berpengaruh signifikan dan positif terhadap Citra Merek, 3) Citra Merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap Niat Pembelian 4) Citra Merek secara signifikan dan positif memediasi pengaruh EWOM terhadap Niat Pembelian.

(F) Daftar bacaan

(G) Herlina Budiono, S.E., M.M.