

Pengaruh elektronik word of mouth terhadap niat beli konsumen pada produk kosmetik = The impact of electronic word of mouth toward customer purchase intention on cosmetic product

Meysya Almaya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368138&lokasi=lokal>

Abstrak

[ABSTRAK]

Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Elektronik Word of Mouth eWOM terhadap niat beli konsumen pada produk kosmetik Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa kredibilitas isi dari pesan yang disampaikan melalui online review sangat berpengaruh terhadap niat beli konsumen variabel yang mempengaruhi dari penilaian kredibilitas yang dirasakan terdiri dari Customer Expertise keahlian konsumen Customer Involvement keterlibatan konsumen dan Rapport hubungan konsumen dari ketiga variable tersebut yang paling mempengaruhi penilaian kredibilitas yang dirasakan adalah Rapport hubungan konsumen Konsumen yang memiliki Rapport hubungan atau kesamaan dengan yang memberikan review produk kosmetik cenderung memberikan penilaian yang lebih tinggi terhadap kredibilitas isi dari review yang disampaikan dan berpengaruh terhadap niat untuk melakukan pembelian.

<hr>

<i>ABSTRACT</i>

, The focus of this study is to determine the impact of Electronic Word of Mouth eWOM toward consumers purchase intention on cosmetic products The results of this study Perceived eWOM Credibility conveyed through an online review influence on consumer purchase intention Variables of perceived eWOM credibility of the assessment consists of Customer Expertise Customer Involvement and Rapport of the three variables that most influence the perceived eWOM credibility is Rapport Consumers who have Rapport or similarity with providing cosmetic product reviews tend to give higher ratings to the credibility of the contents of the review submitted and influence the intention to make a purchase]