

# Analisis respons review beauty blogger sebagai bentuk taktik e-word of mouth dalam meningkatkan brand awareness dan brand image produk purbasari lipstick color matte = Responses analysis on beauty blogger's review as a form of e word of mouth tactics to improve brand awareness and brand image purbasari color matte lipstick product

Vidiah Vebrinasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446909&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

### **ABSTRAK**

Kebiasaan konsumen dalam mencari informasi produk secara online sebelum berbelanja dan membagi informasi setelah menggunakan produk, telah menempatkan e-word of mouth e-WOM sebagai fokus strategi pemasaran produk. Salah satu produk yang mengandalkan e-WOM dalam memasarkan produknya adalah Purbasari Lipstick ColorMatte, yang menggunakan review beauty blogger sebagai media pemasaran. Tujuan dari jurnal ini adalah mencari tahu peran review beauty blogger terhadap brand awareness dan brand image dengan menganalisis respons calon konsumen dan konsumen di kolom komentar beberapa blog beauty blogger. Berdasarkan hasil analisis, review beauty blogger tidak hanya mempengaruhi brand awareness dan brand image, tetapi juga menempatkan beauty blogger sebagai public relations yang menciptakan dan menjaga image produk Purbasari Lipstick Color Matte. Dengan adanya e-WOM, Purbasari secara tidak langsung telah mendapatkan konten pemasaran secara gratis dari beauty blogger, yang tentunya memiliki peranan besar pada popularitas produk Purbasari Lipstick ColorMatte saat ini.

---

### **ABSTRACT**

Consumer behaviour in seeking online information about product before purchasing and sharing information after using the product, has put e word of mouth e WOM as the focus of product marketing strategy. One product that use e WOM on its marketing is Purbasari ColorMatteLipstick, which use beauty blogger 39 s review as a marketing channel. The purpose of this paper is to find out the role of beauty blogger 39 s review on brand awareness and brand image by analyzing responses from prospective customers and consumers at comment section in several beauty blogger 39 s blog. Based on the analysis, beauty blogger 39 s review not just affect brand awareness and brand image, but also put a beauty blogger in a position as public relations that create and maintain the image of Purbasari ColorMatteLipstick product. With e WOM Purbasari indirectly obtain marketing content for free from beauty bloggers, who certainly has a major role in the popularity of the Purbasari ColorMatteLipstick product now days.