

**DAMPAK KREDIBILITAS E-WOM PRODUK KECANTIKAN  
UNTUK DIADOPSI: EKSPLORASI *REVIEW* PADA WEBSITE  
FEMALE DAILY MENGGUNAKAN MODEL ELM**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan  
dalam memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Program Studi Sistem Informasi**



**Disusun Oleh:**

**USLIFATUL FU'AIDA**

**1635010016**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2021**

**DAMPAK KREDIBILITAS E-WOM PRODUK KECANTIKAN UNTUK  
DIADOPSI: EKSPLORASI *REVIEW* PADA WEBSITE FEMALE DAILY  
MENGUNAKAN MODEL ELM**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan  
dalam memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Program Studi Sistem Informasi**



**Disusun Oleh:**

**USLIFATUL FU'AIDA  
1635010016**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2021**

# SKRIPSI

## DAMPAK KREDIBILITAS E-WOM PRODUK KECANTIKAN UNTUK DIADOPSI: EKSPLORASI *REVIEW* PADA WEBSITE FEMALE DAILY MENGUNAKAN MODEL ELM

Disusun Oleh:

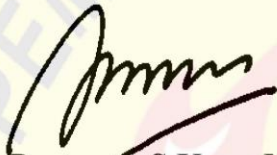
USLIFATUL FU'AIDA

NPM. 1635010016

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 21 Juli 2021

Dosen Pembimbing:

1.



Arista Pratama, S.Kom, M.Kom

NPT. 171199 10 320052

2.



Asif Faroqi, S.Kom, M.Kom

NIP. 19870519 201803 1 001

Dosen Penguji:

1.



Doddy Ridwandono, S.Kom, M.Kom

NPT. 3 7805 07 0218 1

2.



Eristya Maya Safitri, S.Kom, M.Kom

NIP. 19930316 201903 2 020

3.



Seftin Fitri Ana W., S.Kom, M.Kom

NPT. 212199 10 320267

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komputer

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. H. Ni Ketut Sari, MT

NIP. 19650731 199203 2 001

**SKRIPSI**

**DAMPAK KREDIBILITAS E-WOM PRODUK KECANTIKAN UNTUK  
DIADOPSI: EKSPLORASI *REVIEW* PADA WEBSITE FEMALE DAILY  
MENGUNAKAN MODEL ELM**

**Disusun Oleh:**

**USLIFATUL FU'AIDA**

**NPM. 1635010016**

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 21 Juli 2021**

**Menyetujui,**

**Dosen Pembimbing 1**



**Arista Pratama, S.Kom, M.Kom**

**NPT. 171199 10 320052**

**Dosen Pembimbing 2**



**Asif Faroqi, S.Kom, M.Kom**

**NIP. 19870519 201803 1 001**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Sistem Informasi  
Fakultas Ilmu Komputer**

**Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur**

**Koordinator Program Studi**

**Sistem Informasi**



**Nur Cahyo Wibowo, S.Kom, M.Kom**

**NPT. 3 7903 04 0197 1**



**KETERANGAN REVISI**

Kami yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Usifatul Fu'aida  
NPM : 1635010016  
Program Studi : Sistem Informasi  
Fakultas : Ilmu Komputer

Telah mengerjakan Revisi Ujian Negara Lisan Skripsi pada tanggal 21 Juli 2021 dengan judul:

**DAMPAK KREDIBILITAS E-WOM PRODUK KECANTIKAN UNTUK  
DIADOPSI: EKSPLORASI *REVIEW* PADA WEBSITE FEMALE DAILY  
MENGUNAKAN MODEL ELM**

Oleh karenanya mahasiswa tersebut diatas dinyatakan bebas revisi Ujian Negara Lisan Skripsi dan diijinkan untuk membukukan Laporan SKRIPSI dengan judul tersebut


Surabaya, Juli 2021

1. **Doddy Ridwandono, S.Kom, M.Kom** {  }

NPT. 3 7805 07 02181

2. **Eristya Maya Safitri, S.Kom, M.Kom** {  }

NIP. 19930316 20190320 20


3. **Seftin Fitri Ana W., S.Kom, M.Kom** {  }

NPT. 212199 10 320267

Mengetahui,

**Dosen Pembimbing 1**

**Dosen Pembimbing 2**

  
**Arista Pratama, S.Kom, M.Kom**  
NPT. 171199 10 320052

  
**Asif Faruqi, S.Kom, M.Kom**  
NIP. 19870519 201803 1 001



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Uslifatul Fu'aida  
NPM : 1635010016  
Program Studi : Sistem Informasi  
Fakultas : Ilmu Komputer

Menyatakan bahwa Judul Skripsi / Tugas Akhir sebagai berikut:

**DAMPAK KREDIBILITAS E-WOM PRODUK KECANTIKAN UNTUK  
DIADOPSI: EKSPLORASI *REVIEW* PADA WEBSITE FEMALE DAILY  
MENGUNAKAN MODEL ELM**

Bukan merupakan plagiat dari Skripsi / Tugas Akhir / Penelitian orang lain dan juga bukan merupakan Produk / Software / Hasil Karya yang saya beli dari orang lain.

Saya juga menyatakan bahwa Skripsi / Tugas Akhir ini adalah pekerjaan saya sendiri, kecuali yang dinyatakan dalam Daftar Pustaka dan tidak pernah diajukan untuk syarat memperoleh gelar di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di Institusi Pendidikan lain. Jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka Saya bertanggungjawab penuh dan siap menerima segala konsekuensi, termasuk pembatalan Ijazah di kemudian hari.

Hormat Saya,



Uslifatul Fu'aida

**Judul : Dampak Kredibilitas eWOM Produk Kecantikan untuk Diadopsi: Eksplorasi *Review* pada Website Female Daily Menggunakan Model ELM**

**Pembimbing 1 : Arista Pratama, S.Kom, M.Kom**

**Pembimbing 2 : Asif Faroqi S.Kom, M.Kom**

---

### ABSTRAK

Pentingnya Female Daily *Beauty Review Platform* dalam membantu perempuan Indonesia untuk memutuskan pembelian produk kecantikan. Beredarnya kasus mengenai banyak perusahaan kini membayar oknum-oknum tertentu untuk menyebarkan *review* palsu sebagai alternatif mereka dalam mendapatkan simpati konsumen dengan cara menghadirkan konten *review* yang terkesan terlalu berpihak kepada merek atau produk tersebut. Oleh karena itu, pentingnya kredibilitas eWOM untuk diadopsi dan dampaknya terhadap adopsi eWOM di Female Daily. Pengelolaan kredibilitas eWOM akan mempengaruhi pengolahan reputasi perusahaan.

Sehingga pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berdampak pada kredibilitas eWOM untuk megadopsi eWOM pada *website* Female Daily. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Elaboration Likelihood Model* (ELM). Sampel terdiri dari 400 responden yang merupakan member dari Female Daily. Data penelitian dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan *software* SmartPLS V3.3

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh bahwa eWOM *volume*, eWOM *source credibility*, dan *consumer involvement* berpengaruh positif terhadap *perceived eWOM credibility*. Selain itu, *perceived eWOM credibility* berpengaruh positif terhadap eWOM *adoption*. Kredibilitas eWOM yang tinggi mampu memberikan pengaruh persuasif pada *user* lainnya untuk memberikan rekomendasi antar *user*, sehingga kemungkinan besar penerima pesan atau pembaca akan mengadopsi eWOM tersebut. Sementara itu *review* yang tidak kredibel, maka *review* tersebut tidak akan diadopsi oleh penerima pesan. Sedangkan eWOM *rate extremism* tidak berpengaruh positif terhadap *perceived eWOM credibility*. nilai t-statistik sebesar 1.184 kurang dari nilai t-tabel dengan nilai signifikan 0.05 yaitu 1.96 dan nilai p (*p values*) sebesar 0.237 diatas 0.05 (level signifikan 5%).

**Kata kunci:** eWOM, ELM, *perceived eWOM credibility*, eWOM *adoption*, Female Daily

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Dampak Kredibilitas eWOM Produk Kecantikan untuk Diadopsi: Eksplorasi *Review* pada Website Female Daily Menggunakan Model ELM” dengan tepat waktu. Tujuan dari penulisan skripsi ini guna mencapai kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Komputer bagi mahasiswa S1 Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer UPN “Veteran” Jawa Timur.

Namun, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada penulisan skripsi ini dan dapat dikatakan masih jauh dari kata sempurna, banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan oleh penulis demi kesempurnaan skripsi ini.

Di dalam pengerjaan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, disini penulis sampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Kedua orang tua dan kakak penulis yang selalu memberikan doa, motivasi dan dukungannya sehingga penulis menjadi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Arista Pratama, S.Kom, M.Kom dan Bapak Asif Faroqi, S.Kom, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan sabar dan memberikan ilmunya sehingga penulis mendapatkan pencerahan dalam penyelesaian skripsi.
3. Female Daily Network yang telah membantu mempermudah penulis untuk mendapatkan informasi dan data dalam keperluan skripsi ini.
4. Bapak Nur Cahyo Wibowo, S.Kom, M.Kom selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
5. Seluruh bapak dan ibu dosen program studi Sistem Informasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Terima kasih khususnya kepada Bubuk Indomie (Linda Sembilla, Yolanda Yodistina, dan Kolfinna Revi) yang selalu setia mendengarkan



keluh kesah penulis, selalu memberikan bantuan, membantu doa, memberikan motivasi dan juga semangat untuk penulis.

7. Terima kasih kepada semua teman-teman program studi Sistem Informasi angkatan 2016 yang telah turut membantu penulis dalam penyelesaian skripsi.
8. Terimakasih kepada para responden atas partisipasi yang diberikan sungguh sangat berarti bagi penulis.

Akhir kata, semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri, umumnya bagi pembaca, dan dapat menjadi bahan pelajaran bagi pihak yang ingin membuat penelitian skripsi serupa.

Surabaya, Juli 2020

**Penulis**

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.6 Relevansi SI .....	8
1.7 Sistematika Penulisan .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Produk Kecantikan.....	14
2.2 Female Daily Network.....	16
2.3 E-WOM ( <i>Electronic Word of Mouth</i> ).....	20
2.4 <i>Elaboration Likelihood Model</i> (ELM).....	22
2.5 SEM ( <i>Structural Equation Model</i> ) .....	25
2.6 Penelitian Terahulu .....	26
BAB II METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Tahapan Metodologi Penelitian .....	32

3.2	Identifikasi Masalah.....	33
3.3	<i>Literature Review</i> .....	34
3.4	Model Konseptual.....	34
3.4.1	Definisi Operasional.....	35
3.4.2	Hipotesis Penelitian.....	39
3.4.2.1	Hubungan eWOM <i>Volume</i> terhadap <i>Perceived eWOM Credibility</i> .....	40
3.4.2.2	Hubungan eWOM <i>Source Credibility</i> terhadap <i>Perceived eWOM Credibility</i> .....	41
3.4.2.3	Hubungan eWOM <i>Rate Extremism</i> terhadap <i>Perceived eWOM Credibility</i> .....	42
3.4.2.4	Hubungan <i>Consumer Involvement</i> terhadap <i>Perceived eWOM Credibility</i> .....	43
3.4.2.5	Hubungan <i>Perceived eWOM Credibility</i> terhadap <i>eWOM Adoption</i> .....	44
3.5	Penyusunan Instrumen.....	45
3.6	Pengujian Instrumen .....	47
3.6.1	Uji Validitas <i>Pretest</i> .....	47
3.6.2	Uji Reliabilitas <i>Pretest</i> .....	53
3.7	Pengumpulan Data.....	57
3.7.1	Data Primer .....	57
3.7.2	Data Sekunder .....	58
3.8	METODE PENGAMBILAN SAMPEL.....	58
3.8.1	Populasi.....	58

3.8.2 Teknik Sampling .....	59
3.8.3 Ukuran Sampel.....	59
3.8.4 Skala Pengumpulan Data .....	60
3.9 Analisis dan Pembahasan.....	61
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	61
3.9.2 Analisis Inferensial.....	61
3.9.2.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	62
3.9.2.2 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Inner Model</i> ).....	63
3.10 Kesimpulan dan Saran .....	65
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
4.1 Pembahasan Taulasi Data (Karakteristik Responden).....	66
4.1.1 Jenis Kelamin .....	66
4.1.2 Usia.....	67
4.1.3 Pekerjaan Saat Ini.....	68
4.1.4 Pendidikan Terakhir .....	69
4.1.5 Bergabung dengan Female Daily (Tahun) .....	69
4.2 Pembahasan Analisis Deskriptif .....	70
4.2.1 Frekuensi Jawaban Variabel eWOM <i>Volume</i> .....	70
4.2.2 Frekuensi Jawaban Variabel eWOM <i>Source Credibility</i> .....	72
4.2.3 Frekuensi Jawaban Variabel eWOM <i>Rate Extremism</i> .....	73
4.2.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Consumer Involvement</i> .....	74
4.2.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived eWOM Credibility</i> .....	76
4.2.6 Frekuensi Jawaban Variabel eWOM <i>Adoption</i> .....	77
4.3 Pembahasan Analisis Inferensial .....	78



4.3.1 Evaluasi Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ) .....	79
4.3.1.1 <i>Convergent Validity</i> .....	79
4.3.1.2 <i>Discriminant Validity</i> .....	84
4.3.1.3 <i>Composite Reliability</i> .....	86
4.3.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	87
4.3.2.1 <i>R-Square</i> .....	87
4.3.2.2 <i>Q-Square</i> .....	89
4.3.3 <i>Effect Size</i> .....	89
4.4 Pengujian Hipotesis .....	91
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	94
4.5.1 Hubungan eWOM <i>Volume</i> terhadap <i>Perceived eWOM Credibility</i> ...	95
4.5.2 Hubungan eWOM <i>Source Credibility</i> terhadap <i>Perceived eWOM Credibility</i> .....	97
4.5.3 Hubungan eWOM <i>Rate Extremism</i> terhadap <i>Perceived eWOM Credibility</i> .....	100
4.5.4 Hubungan <i>Consumer Involvement</i> terhadap <i>Perceived eWOM Credibility</i> .....	102
4.5.5 Hubungan <i>Perceived eWOM Credibility</i> terhadap <i>eWOM Adoption</i> .....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	107
5.1 Kesimpulan .....	107
5.2 Saran .....	108
DAFTAR PUSTAKA .....	110
LAMPIRAN .....	116

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1	Penyusunan Instrumen .....	45
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel eWOM <i>Volume</i> .....	49
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel eWOM <i>Source Credibility</i> .....	50
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel eWOM <i>Rate Extremism</i> .....	50
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Involvement</i> .....	51
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived eWOM Credibility</i> .....	52
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Variabel eWOM <i>Adoption</i> .....	52
Tabel 3.8	Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan Variabel .....	53
Tabel 3.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel eWOM <i>Volume</i> .....	54
Tabel 3.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel eWOM <i>Source Credibility</i> .....	54
Tabel 3.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel eWOM <i>Rate Extremism</i> .....	55
Tabel 3.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Consumer Involvement</i> .....	55
Tabel 3.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Perceived eWOM Credibility</i> .....	56
Tabel 3.14	Hasil Uji Reliabilitas Variabel eWOM <i>Adoption</i> .....	57
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden .....	66
Tabel 4.2	Usia Responden.....	67
Tabel 4.3	Pekerjaan Saat Ini Responden .....	68
Tabel 4.4	Pendidikan Terakhir Responden .....	69
Tabel 4.5	Bergabung dengan Female Daily (Tahun) .....	69
Tabel 4.6	Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel eWOM <i>Volume</i> .....	71
Tabel 4.7	Statistik Jawaban Variabel eWOM <i>Volume</i> .....	71

Tabel 4.8	Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel eWOM <i>Source Credibility</i> .....	72
Tabel 4.9	Statistik Jawaban Variabel eWOM <i>Source Credibility</i> .....	72
Tabel 4.10	Frekuensi Jawaban Responden Variabel eWOM <i>Rate Extremism</i>	73
Tabel 4.11	Statistik Jawaban Variabel eWOM <i>Rate Extremism</i> .....	74
Tabel 4.12	Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Consumer Involvement</i> ..	75
Tabel 4.13	Statistik Jawaban Variabel <i>Consumer Involvement</i> .....	75
Tabel 4.14	Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Perceived eWOM Credibility</i> .....	76
Tabel 4.15	Statistik Jawaban Variabel <i>Perceived eWOM Credibility</i> .....	76
Tabel 4.16	Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel eWOM <i>Adoption</i> ..	77
Tabel 4.17	Statistik Jawaban Variabel eWOM <i>Adoption</i> .....	78
Tabel 4.18	Nilai <i>Loading Factor</i> .....	80
Tabel 4.19	Nilai <i>Loading Factor</i> Baru.....	82
Tabel 4.20	Hasil Average Variance Extracted (AVE) .....	83
Tabel 4.21	Nilai <i>Cross Loading</i> .....	85
Tabel 4.22	Hasil <i>Composite Reliability</i> .....	86
Tabel 4.23	Hasil <i>R-Square</i> .....	87
Tabel 4.24	Hasil <i>Construct Cross Validated Redudancy</i> .....	89
Tabel 4.25	Hasil <i>Effect Size</i> .....	90
Tabel 4.26	Hasil Pengujian Hipotesis .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Digital 2020 Indonesia .....	1
Gambar 1.2	Pengunjung Female Daily .....	3
Gambar 1.3	Pengguna Female Daily .....	4
Gambar 1.4	Diagram Rumpun Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputasi ..	11
Gambar 2.1	Produk yang Beredar di Indonesia Tahun 2020.....	16
Gambar 2.2	Tampilan Website Female Daily .....	17
Gambar 2.3	<i>Review User</i> .....	17
Gambar 2.4	<i>Editorial</i> pada Website Female Daily .....	18
Gambar 2.5	<i>FD Talk</i> .....	18
Gambar 3.1	Tahapan Pengerjaan Penelitian .....	32
Gambar 3.2	Model Konseptual .....	34
Gambar 4.1	Nilai <i>Loading Factor</i> .....	80
Gambar 4.2	Nilai <i>Loading Factor</i> Baru.....	82
Gambar 4.3	<i>Review</i> pada Website Female Daily .....	96
Gambar 4.4	<i>User</i> yang Terverifikasi.....	99
Gambar 4.5	<i>Recent FD Talk</i> .....	104
Gambar 4.6	Interaksi antar <i>User</i> .....	106