

**GAMBARAN PERSEPSI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PRODUK
KOSMETIK *SKIN TINT* PADA WANITA DEWASA AWAL**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan
Gelar Sarjana Psikologi**



**RAIHANA RAVIKA NOVIENDRI
2010323013**

Dosen Pembimbing:

Tri Rahayuningsih, S.Psi, M.A

Meria Susanti, M.Psi., Psikolog

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI PROGRAM SARJANA
FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

DESCRIPTION OF PERCEPTIONS OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON COSMETIC PRODUCTS SKIN TINT AMONG EARLY ADULT WOMEN

Raihana Ravika Noviendri¹⁾, Tri Rahayuningsih²⁾, Meria Susanti²⁾, Rani Armalita²⁾, Puji Gufron Rhodes²⁾

¹⁾Psychology Student, Faculty of Medicine, Universitas Andalas

²⁾Departement of Pyschology, Faculty of Medicine, Universitas Andalas
rhnravika@gmail.com

ABSTRACT

The reviews viewed by consumers are related to how individuals perceive a product. Electronic word of mouth refers to the experiences of other consumers who have already purchased a product. This study aims to examine the perception of electronic word of mouth about cosmetic products skin tint among early adult women. The research method used in this study is a descriptive quantitative method with a sample size of 397 participants. The sampling in this research used the voluntary sampling technique. The reliability of the electronic word of mouth scale is .849. The results of the study showed that 390 (98.2%) early adult women were in the high category of electronic word of mouth. Furthermore, the study also indicated differences in electronic word of mouth for cosmetic products among early adult women based on demographic factors, specifically the intensity of seeking cosmetic product reviews.

Keywords: *Early Adult Women, Electronic Word of Mouth, Skin Tint*

GAMBARAN PERSEPSI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PRODUK KOSMETIK *SKIN TINT* PADA WANITA DEWASA AWAL

Raihana Ravika Noviendri¹⁾, Tri Rahayuningsih²⁾, Meria Susanti²⁾,
Rani Armalita²⁾, Puji Gufron Rhodes²⁾

¹⁾Mahasiswa Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas

²⁾Departemen Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas
rhnravika@gmail.com

ABSTRAK

Ulasan yang dilihat oleh konsumen berkaitan dengan bagaimana seseorang mempersepsikan suatu produk. *Electronic word of mouth* merupakan pengalaman dari konsumen lain yang telah membeli suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran persepsi *electronic word of mouth* produk kosmetik *skin tint* pada wanita dewasa awal. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 397 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *voluntary sampling*. Reliabilitas pada skala *electronic word of mouth* yaitu sebesar .849. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 390 (98,2%) wanita dewasa awal berada pada kategori *electronic word of mouth* yang tinggi. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan ada perbedaan pada *electronic word of mouth* produk kosmetik wanita dewasa awal berdasarkan faktor demografis, yaitu intensitas mencari *review* produk kosmetik.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth, Skin Tint, Wanita Dewasa Awal*