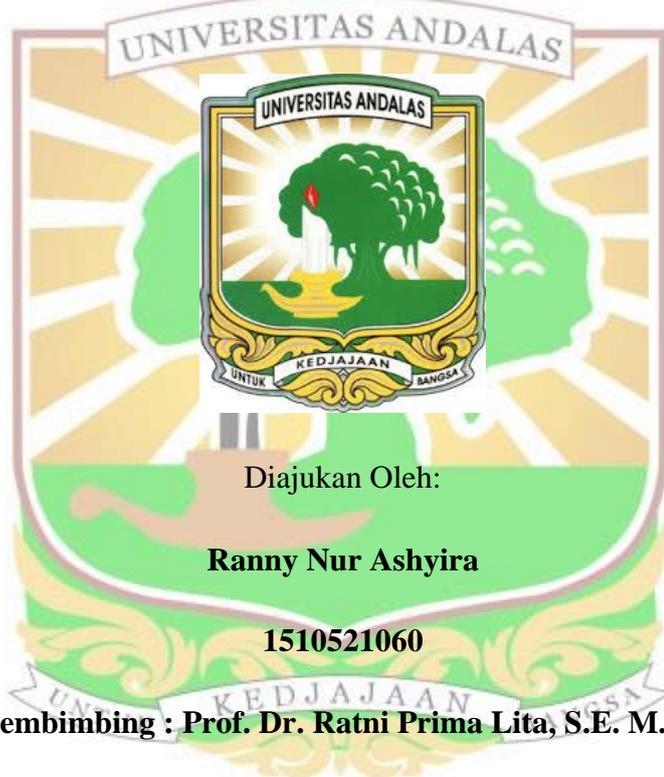


**PENGARUH *BEAUTY VLOGGER* SEBAGAI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *CREDIBILITY SOURCE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* KOSMETIK MEREK *WARDAH* DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

**Ranny Nur Ashyira**

**1510521060**

**Pembimbing : Prof. Dr. Ratni Prima Lita, S.E. M.M.**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2020**

	No. Alumni Universitas	<b>RANNY NUR ASHYIRA</b>	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir: Tangerang/ 7 Mei 1997, b) Nama Orang Tua: Ernaldo Rafinal dan Gusnalita, c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No. Bp: 1510521060, f) Tanggal Lulus: 1 Mei 2020, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3,44 i) Lama Studi: 4 Tahun 11 Bulan, j) Alamat Orang Tua: Komplek Jala Utama Blok C No.2 RT 001 RW 011 Kel. Parak Laweh Pulau Aia Nan XX, Kec. Lubuk Begalung, Kota Padang.		

**PENGARUH *BEAUTY VLOGGER* SEBAGAI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *CREDIBILITY SOURCE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* KOSMETIK MEREK WARDAH DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

*Skripsi Oleh : Ranny Nur Ashyira*

*Pemimbing : Prof. Dr. Ratni Prima Lita, S.E., M.M*

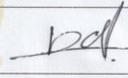
**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Beauty Vlogger* sebagai *Electronic Word of Mouth*, *Credibility Source* terhadap *Repurchase Intention* kosmetik merek Wardah dengan *Brand Image* sebagai variabel *Intervening*. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen kosmetik Wardah di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu dengan karakteristik konsumen yang pernah menonton *review one brand* kosmetik Wardah yang dibuat oleh salah satu/semua *beauty vlogger* (Tasya Farasya, Suhay Salim, Sari Endah Pratiwi, Alifah Ratu Saelynda), dan menggunakan *keyword* "Wardah" untuk mendapatkan *review*. Sampel penelitian ini yaitu sebanyak 135 responden. Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 16 dan *SmartPLS (Partial Least Square)* versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image*, *Credibility Source* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image*, dan *Brand Image* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention* kosmetik merek Wardah.

**Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*; *Credibility Source*; *Repurchase Intention***

Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal 1 Mei 2020.

Abstrak ini telah disetujui oleh:

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Prof. Dr. Ratni Prima Lita, S.E., M.M	Dr. Maruf, S.E., M.Bus., M.Phil	Dr. Dessy Kurnia Sari, S.E., M.Bus (Adv)

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, S.E., M.Si  
NIP. 197208262003122004



Alumni telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus :

		Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama		TandaTangan
No. Alumni Universitas	Nama		TandaTangan