

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH BEAUTY VLOGGER*  
TASYA FARASYA TERHADAP MINAT BELI PRODUK SAFI PADA  
MAHASISWI UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Annissa Nurhidayati

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui adanya pengaruh *Electronic Word of Mouth Beauty Vlogger* Tasya Farasya terhadap Minat Beli pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuasi eksperimen dengan metode *randomized matched pretest-posttest design*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 140 partisipan yang belum pernah menggunakan produk Safi di Universitas Mercu Buana dan terdiri dari dua kelompok yaitu kelompok eksperimen dan kelompok kontrol yang masing-masing terdiri dari 70 partisipan. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli melalui uji Wilcoxon dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ .

Kata Kunci: Electronic Word of Mouth, Minat Beli.

**THE IMPACT OF TASYA FARASYA'S ELECTRONIC WORD OF  
MOUTH (E-WOM) IN PURCHASE INTENTION OF SAFI PRODUCTS ON  
STUDENT OF MERCU BUANA UNIVERSITY**

Annissa Nurhidayati

**ABSTRACT**

This research aims to knowledge the impact of Electronic Word of Mouth (eWoM) of Beauty Vlogger Tasya Farasya in purchase intention on student of Mercu Buana University. This research uses Quasi-Experimental method with randomized matched pretest-posttest design method. The sample in this study is 140 girls participant in Mercu Buana University students who never use Safi products before. This eksperiment consist into two groups, which are experiment group and control group that consists 70 participants at each. This research shows the significant impact of Word of Mouth (eWoM) in purchase intention through Wilcoxon Test with significant value  $0.000 < 0.05$ .

Key word : Word of Mouth (eWoM), Purchase Intention