

Pengaruh Dimensi *Electronic Word-of-Mouth* (e-WOM) terhadap *Purchase Intention* melalui Kegunaan Informasi dan Model Adopsi Informasi : Studi Kasus Skintific di Tiktok

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1
Program Studi Sarjana Manajemen



Dosen Pembimbing:

Dr. Ina Melati, S.E., M.M.

Disusun Oleh:

Intan Mulia Azzahra

22/494011/EK/23841

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA
2026**



UNIVERSITAS GADJAH MADA
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

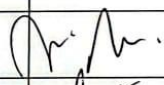
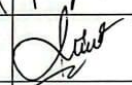
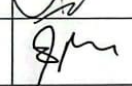
Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul:

**Pengaruh Dimensi *Electronic Word-of-Mouth* (e-WOM) terhadap
Purchase Intention melalui Kegunaan Informasi dan Model Adopsi
Informasi: Studi Kasus Skintific di Tiktok**

Disusun oleh
Intan Mulia Azzahra
22/494011/EK/23841

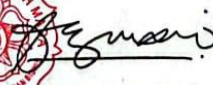
Telah saya baca dengan seksama dan telah dinyatakan memenuhi standar ilmiah, baik
jangkauan maupun kualitasnya, sebagai skripsi jenjang Pendidikan Sarjana (S1).

Telah diujikan pada 10 Maret 2026

Tim Penguji	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Pembimbing	Dr. Ina Melati, S.E., M.M.	
Penguji 1	Handini Audita, S.E., M.Sc.	
Penguji 2	Diah Retno Wulandaru, Dr., Dra., MBA.	

Mengetahui,
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan




Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.
NIP 197805202005011002