



**HUBUNGAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM)
DAN TIKTOK *EXPOSURE* DENGAN FENOMENA *LIPSTICK
EFFECT* PADA PEREMPUAN GENERASI Z DI KABUPATEN
SIKKA**

S K R I P S I

Diajukan kepada Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero

untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat

guna memperoleh gelar Sarjana Bisnis

Program Studi

Kewirausahaan

Oleh

ANGELA MERICI PASKALIAMUIS LAMANEPA

22942020003

INSTITUT FILSAFAT DAN TEKNOLOGI KREATIF LEDALERO

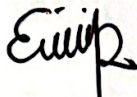
MAUMERE

2026

HALAMAN PENERIMAAN JUDUL

1. NAMA : Angela Merici Paskaliamuis Lamanepa
2. NIM : 22942020003
3. JUDUL : Hubungan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan TikTok *Exposure* dengan Fenomena *Lipstick Effect* pada Perempuan Generasi Z di Kabupaten Sikka
4. TANGGAL DITERIMA : 30 Desember 2025
5. MENGESAHKAN :

Dosen Pembimbing



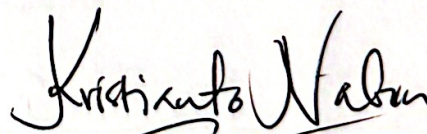
Eugenius Besli, S.Ak., M.Ak



Dekan Fakultas
Teknologi Kreatif
Dr. Petrus Dori

Ketua Program Studi

Kewirausahaan



Kristianto R.M. Nabén, S.Fil., M.A

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan didepan Dewan Penguji Skripsi
Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero
dan diterima untuk memenuhi sebagian
dari syarat-syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Bisnis

Program Studi

Kewirausahaan

Pada Tanggal

20 Mei 2026

Mengesahkan

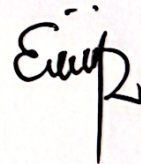
INSTITUT FILSAFAT DAN TEKNOLOGI KREATIF LEDALERO

Dewan Penguji

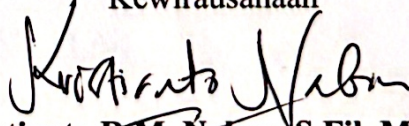
1. Penguji I : Valentin R. G. Bella Adur, S.E.,M.M



2. Penguji II : Eugenius Besli, S.Ak.,M.Ak





Ketua Program Studi
Kewirausahaan

Kristianto R.M. Nabén, S.Fil.,M.A



YAYASAN PERSEKOLAHAN SANTO PAULUS ENDE

INSTITUT FILSAFAT DAN TEKNOLOGI KREATIF LEDALERO

Maumere 86152 - Flores - NTT

No.Telp/Fax : (0382) 242 6535, Email : official@iftkledalero.ac.id, Web: iftkledalero.ac.id

BERITA ACARA

Pada hari ini, 20/5/26 telah diselenggarakan Ujian Skripsi bertempat di Kampus Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif (IFTK) Ledalero dan dinyatakan:

LULUS / ~~TIDAK LULUS~~

Nama : ANGELA MERICI PASKALIAMUIS LAMANEP
N P M : 22942020003
Program Studi : Kewirausahaan
P T S : IFTK Ledalero
Judul Skripsi : Hubungan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan *TikTok Exposure* dengan Fenomena *Lipstick Effect* pada Perempuan Generasi Z di Kabupaten Sikka

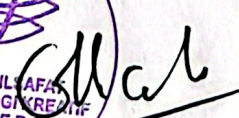
Dewan Penguji

1. Pembimbing : Eugenius Besli, S. Ak., M. Ak
2. Penguji I : Valentin R. G. Bella Adur, S.E., M.M.
3. Penguji II : Dr. Petrus Dori

.....
.....
.....

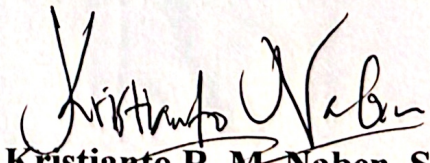
Mengetahui

Rektor IFTK Ledalero


INSTITUT FILSAFAT
DAN TEKNOLOGI KREATIF
LEDALERO

Prof. Dr. Otto Gusti Ndegong Madung

Ketua Prodi Kewirausahaan


Kristianto R. M. Naben, S. Fil., M.A.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Angela Merici Paskaliamus Lamanepa

NIM : 22942020003

Judul Skripsi : Hubungan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan TikTok

Exposure dengan Fenomena *Lipstick Effect* pada Perempuan

Generasi Z di Kabupaten Sikka

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero atau Perguruan Tinggi lain.

Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Dosen Pembimbing. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Maumere, 09 Mei 2026



Yang membuat pernyataan,

Angela Merici Paskaliamus Lamanepa

22942020003

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angela Merici Paskaliamus Lamanepa

NIM : 22942020003

Prodi : Kewirausahaan

Jenis Pendidikan : STRATA 1 (S1)

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*)** atas skripsi saya yang berjudul **“Hubungan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan *TikTok Exposure* dengan Fenomena *Lipstick Effect* pada Perempuan Generasi Z di Kabupaten Sikka.”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Maumere, 09 Mei 2026

Yang membuat pernyataan,



Angela Merici Paskaliamus Lamanepa

22942020003

HALAMAN MOTTO

努力不一定马上成功，但放弃一定会失败

(安杰利)

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan TikTok *Exposure* dengan fenomena *Lipstick Effect* khususnya pada perempuan Generasi Z di Kabupaten Sikka. Penelitian ini bersifat asosiatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 130 responden, ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* nonprobabilitas. Pengumpulan data primer dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang dikumpulkan melalui *Google Forms* dan dianalisis menggunakan program SPSS Versi 27 melalui Uji Korelasi Pearson Product Moment.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara e-WOM dengan fenomena *lipstick effect* ($r = 0,567$; Sig. = $0,001 < 0,05$) serta antara paparan TikTok dengan *lipstick effect* ($r = 0,676$; Sig. = $0,001 < 0,05$). Koefisien determinasi ($R^2 = 0,457$) mengindikasikan bahwa 45,7% variasi *lipstick effect* dijelaskan oleh kedua variabel independen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Temuan ini memberikan implikasi bagi strategi pemasaran digital di industri kecantikan lokal.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth* (e-WOM), TikTok *Exposure*, *Lipstick Effect*, Generasi Z, Kabupaten Sikka.

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the relationship between electronic word of mouth (e-WOM), TikTok exposure, and the lipstick effect phenomenon, particularly among Generation Z women in Sikka Regency. The research is associative with a descriptive quantitative approach. A sample of 130 respondents was selected using purposive nonprobability sampling. Primary data were collected through questionnaire distribution via Google Forms and analyzed using SPSS program version 27 with the Pearson Product Moment correlation test.

The results show a positive and significant relationship between e-WOM and the lipstick effect ($r = 0.567$; $\text{Sig.} = 0.001 < 0.05$) as well as between TikTok exposure and the lipstick effect ($r = 0.676$; $\text{Sig.} = 0.001 < 0.05$). The coefficient of determination ($R^2 = 0.457$) indicates that 45.7% of the variation in the lipstick effect is explained by the two independent variables, while the remainder is influenced by other factors. These findings provide implications for digital marketing strategies in the local beauty industry.

Keywords: *Electronic Word of Mouth (e-WOM), TikTok Exposure, Lipstick Effect, Generation Z, Sikka Regency.*

KATA PENGANTAR

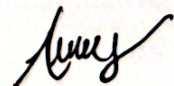
Puji Syukur kepada Tuhan atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Hubungan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan TikTok *Exposure* dengan Fenomena *Lipstick Effect* pada Perempuan Generasi Z di Kabupaten Sikka. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan akademik dalam meraih gelar sarjana pada program strata satu di Fakultas Teknologi Kreatif Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero. Selama penyusunan skripsi ini, peneliti tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi peneliti berkat bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak berikut ini.

1. Bapak Eugenius Besli, S.Ak.,M.Ak selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan saran, dan melibatkan saya sebagai asisten dalam penelitian Bapak, sehingga menginspirasi lahirnya judul penelitian ini. Terimakasih juga karena ditengah kesibukannya, telah membantu dan menyumbangkan ide-ide dalam menyempurnakan tulisan ini.
2. Ibu Valentin R. G. Bella Adur, S.E.,M.M selaku dosen penguji yang sudah menguji, memberikan kritik, serta saran bagi penyempurnaan penelitian ini.
3. Pater Dekan Fakultas Teknologi Kreatif, Pater Kaprodi dan Bapak/Ibu dosen Program Studi Kewirausahaan IFTK Ledalero.
4. Orangtua dan semua keluarga penulis yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial.
5. Para responden yang telah berkenan mengisi kuesioner penelitian ini.
6. Teman-teman seperjuangan Program Studi Kewirausahaan Angkatan Pertama (2022) IFTK Ledalero, serta semua pihak yang telah dengan caranya sendiri membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demikian skripsi ini disusun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan,

Maumere, 30 Mei 2026

Peneliti



Angela Merici Paskaliemus Lamanepa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENERIMAAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
INTISARI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoretis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Teori Perilaku Konsumen.....	12
2.2 <i>Lipstick Effect</i>	16
2.2.1 Pengertian <i>Lipstick Effect</i>	16
2.2.2 <i>Lipstick Effect</i> di Era Digital.....	18
2.3 <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM).....	19
2.3.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM)	19
2.3.2 Dimensi dan Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM)	21
2.4 TikTok Exposure	23

2.4.1 Pengertian TikTok <i>Exposure</i>	23
2.4.2 TikTok sebagai media <i>persuasive</i> dan Perilaku Konsumen Perempuan Generasi Z.....	25
2.5 Penelitian Terdahulu.....	26
2.6 Hipotesis.....	29
2.6.1 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Fenomena <i>Lipstick Effect</i>	29
2.6.2 Hubungan TikTok <i>Exposure</i> dengan Fenomena <i>Lipstick Effect</i>	30
2.7 Kerangka Pikir Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Sifat Penelitian	33
3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian.....	33
3.2.1 Variabel Penelitian.....	33
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	34
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Tempat dan Waktu Pengambilan Data	39
3.6 Pengembangan Instrumen Penelitian	40
3.7 Uji Kualitas Data	43
3.7.1 Uji Validitas.....	44
3.7.2 Uji Reliabilitas	44
3.8 Uji Asumsi Klasik	45
3.8.1 Uji Normalitas.....	45
3.8.2 Uji Linearitas	45
3.9 Teknik Analisis Data	46
3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	46
3.10 Uji Hipotesis.....	47
3.10.1 Uji Signifikansi Korelasi	47
3.10.2 Uji Koefisien Korelasi Pearson Product Moment.....	47
3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Karakteristik Responden	49
4.1.1 Karakteristik Jenis Kelamin.....	49
4.1.2 Karakteristik Usia	50
4.1.3 Karakteristik Domisili	50

4.2 Deskripsi Jawaban Responden	51
4.3 Keabsahan Data	54
4.3.1 Hasil Uji Validitas	54
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
4.4 Uji Asumsi Klasik	57
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	57
4.4.2 Hasil Uji Linearitas	57
4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif	59
4.6 Uji Hipotesis.....	60
4.6.1 Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	60
4.6.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
4.7.1 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) dengan Fenomena <i>Lipstick Effect</i> pada perempuan Generasi Z di Kabupaten Sikka.....	62
4.7.2 Hubungan TikTok <i>Exposure</i> dengan Fenomena <i>Lipstick Effect</i> pada perempuan Generasi Z di Kabupaten Sikka	63
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian	66
5.3 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	35
Tabel 3.2 Kriteria Pembobotan Skala Likert.....	40
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen.....	41
Tabel 3.4 Interpretasi Tingkat Hubungan	48
Tabel 4.1 Pengujian Karakteristik Umur	50
Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Variabel Electronic Word of Mouth (X1).....	52
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Variabel TikTok Exposure (X2)	52
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Variabel Fenomena Lipstick Effect (Y).....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	59
Tabel 4.9 Summary Hasil Uji Korelasi	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Good Stats, Urutan Negara Pengguna TikTok terbesar Juli 2024	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas P-P Plot	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	73
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data	75
Lampiran 3 Hasil Olah Data menggunakan SPSS Versi 27	83
Lampiran 4 Daftar R Tabel dan F Tabel	89