

ABSTRAK

Pesatnya kemajuan teknologi khususnya pada jaringan internet mampu memberikan pilihan-pilihan informasi mengenai suatu produk dan memungkinkan adanya sebuah komunikasi *electronic word of mouth* yang tidak hanya menjadi sebuah bentuk komunikasi *person to person*, tetapi mampu membuat komunikasi menjadi lebih terbuka secara umum dan menimbulkan *social relationship* di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah para pengguna media sosial Path yang berkomunikasi secara *Electronic word of mouth* dipengaruhi oleh *social relationship* (hubungan sosial) yang mereka lakukan saat berinteraksi di media sosial Path. Data penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan di implementasikan kepada 100 orang pengguna media sosial Path. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu uji validitas, dan reliabilitas serta analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa: *Social relationship* memengaruhi *electronic word of mouth* sebesar 15% dan sisanya 85% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: *Social Relationship, Electronic Word of Mouth*

ABSTRACT

The rapid development of technology on internet network particular gives information options about a product and enable word of mouth electronic communication which is not only be a form of one on one/person to person communication, but to be able to be more open and create a social relationship on social media. This research aims to know whether or not path social media users which communicate through electronic word of mouth are influenced by social relationship they have been doing during the interaction on path. The data of the research are gathered through questionnaire which is implemented to 100 path user. Analysis method which is used is quantitative method, which are validity test and reliability and simple linear regression analysis. Based on the result of data analysis: social relationship influences electronic word of mouth for 15% and 85% influenced by other variables.

Keywords: Social Relationship, Electronic Word Of Mouth

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2	Identifikasi Masalah.....	6
1.3	Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4	Kegunaan Penelitian.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1	Kajian Pustaka.....	8
2.1.1	Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.1.1	Bauran Pemasaran Dan Alat Bauran Pemasaran.....	9
2.1.1.1.1	<i>Product</i> (Produk).....	10
2.1.1.1.2	<i>Price</i> (Harga).....	13
2.1.1.1.3	<i>Place</i> (Tempat).....	14
2.1.1.1.4	<i>Promotion</i> (Promosi).....	16
2.1.2	Perilaku Konsumen.....	17
2.1.2.1	Karakteristik Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	18
2.1.3	<i>Social Media Marketing</i>	24
2.1.4	<i>Electronic Word Of Mouth</i>	30
2.1.5	Keterkaitan <i>Social Media Marketing</i> Dengan <i>Electronic word of Mouth</i>	36
2.2	Rerangka Teoritis.....	39
2.3	Riset Empiris.....	42
2.4	Rerangka Pemikiran.....	43

2.5	Pengembangan Hipotesis.....	44
2.6	Model Penelitian.....	44
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Jenis Penelitian.....	45
3.2	Populasi.....	45
3.3	Teknik Pengambilan Sampel Dan Ukuran Sampel.....	46
3.4	Devinisi Operasionalisasi Variabel.....	47
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6	Uji Instrumen.....	50
3.6.1	Uji Validitas.....	50
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	53
3.7	Analisis Data Dan Uji Hipotesis.....	54
3.7.1	Penetapan Hipotesis.....	55
3.7.2	Perhitungan Tes Statistik.....	55
3.7.3	Penerimaan Dan Penolakan Hipotesis.....	56
3.8	Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	56
3.8.1	Analisis Koefisien Determinasi.....	57

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Uji Instrumen.....	59
4.1.1	Uji Validitas.....	60
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	61
4.2	Analisis Statistik Deskriptif Data Responden.....	62
4.2.1	Jenis Kelamin.....	63
4.2.2	Usia.....	64
4.3	Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	64
4.3.1	Variabel <i>Social Relationship</i>	64
4.3.2	Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	70
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	73
4.4.1	Uji Normalitas Data.....	74
4.4.2	Uji Heterokedastisitas.....	74
4.5	Uji Pengaruh <i>Social Relationship</i> (X) Terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> (Y).....	76
4.5.1	Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	76
4.5.2	Analisis Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	77
4.5.3	Analisis Koefisien Determinasi.....	79
4.5.4	Pengujian Hipotesis (uji-t).....	80

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran.....	83
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		85
LAMPIRAN.....		88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURICULUM VITAE</i>).....		95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Gambar Pengguna Facebook.....	3
Gambar 2	Rerangka Teoritis.....	41
Gambar 3	<i>Rerangka Pemikiran</i>	43
Gambar 4	Model penelitian.....	44
Gambar 5	Uji Heteroskedastisitas dengan Menggunakan <i>Scatterplot</i>	75
Gambar 6	Kurva Uji-t Dua Pihak.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel I	Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel II	Operasional Variabel.....	48
Tabel III	Uji Validitas.....	60
Tabel IV	Variabel Validitas.....	61
Tabel V	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	62
Tabel VI	Banyak Responden Berdasar Jenis Kelamin.....	63
Tabel VII	Banyak Responden Berdasar Usia.....	64
Tabel VIII	Jawaban Responden Terhadap <i>Item Social Relationship</i>	65
Tabel IX	Hanya Teman Terdekat Yang Ada Di <i>Friend List Path</i>	66
Tabel X	Teman Di Path Cenderung Berperilaku Seperti Saya.....	67
Tabel XI	Teman Di Path Adalah Teman Yang Menyukai Saya.....	68
Tabel XII	Saya Percaya Pada Teman Di Path Saya, Dan Saya Mempercayai Apapun Berita Yang Diunggah Teman-Teman Saya Di Path.....	68
Tabel XIII	Jika Salah Satu Teman Path Saya Mengunggah Hal-Hal Menyenangkan Saya Cenderung Ingin Melakukan Hal Yang Sama.....	69

Tabel XIV	Saya Suka Mengunjungi Suatu Tempat Yang Sudah Di Rekomendasikan Teman Saya Di Path.....	70
Tabel XV	Skor Jawaban Responden Terhadap Item-Item Pertanyaan Pada Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	71
Tabel XVI	Saya Ingin Me <i>Repath</i> Hal Bagus Yang Diunggah Teman Di Path.....	72
Tabel XVII	Saya Ingin Mengunggah Pesan Positif Di Path.....	73
Tabel XVIII	Uji Normalitas Data.....	74
Tabel XIX	Koefisien Korelasi.....	76
Tabel XX	Koefisien Korelasi Dan Taksirannya.....	77
Tabel XXI	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	78
Tabel XXII	Analisis koefisien Determinasi.....	79
Tabel XXIII	Uji-t.....	80