

ABSTRAK

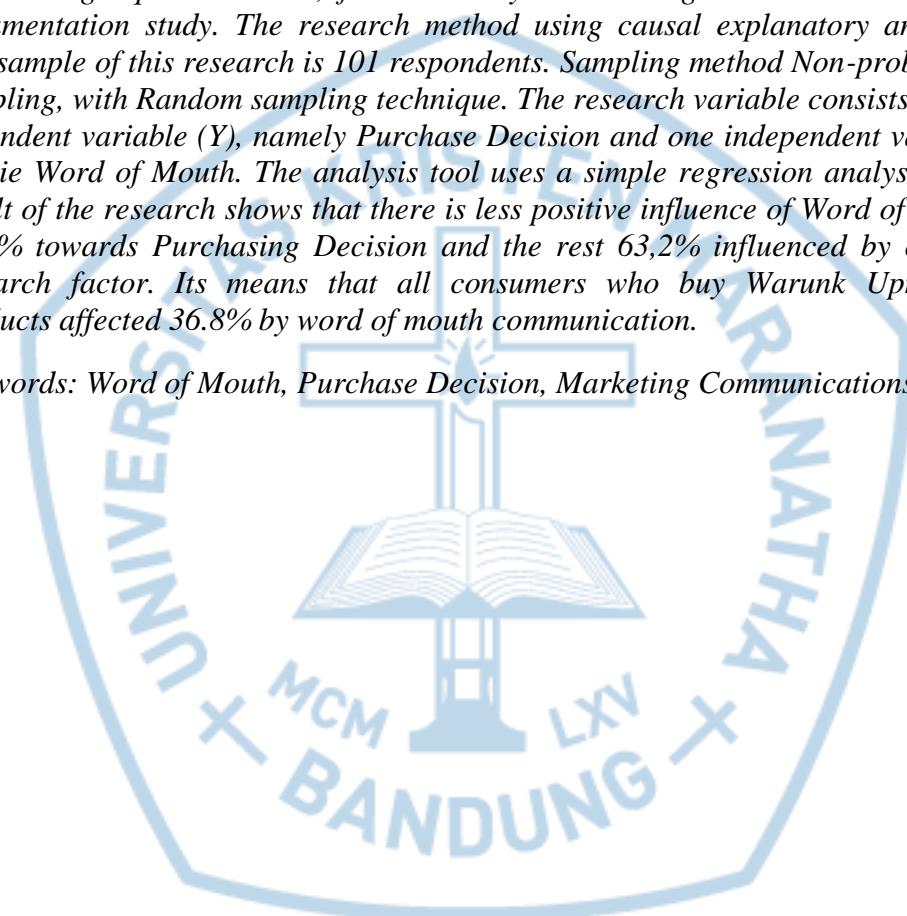
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh dari komunikasi pemasaran (*Marketing Communication*) dengan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Maranatha di Warunk Upnormal Bandung dengan menggunakan Promosi Mulut ke mulut (*Word Of Mouth*) yang cukup efektif. Didalamnya terdapat beberapa indikator-indikator yang menyatakan bahwa *Word Of Mouth* merupakan proses komunikasi yang terbentuk akibat adanya Kepuasan Konsumen. Data penelitian berupa data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data primer melalui kuisioner, untuk data sekunder melalui studi pustaka dan studi dokumentasi. Metode penelitian menggunakan analisis causal explanatory. Sampel penelitian berjumlah 101 responden. Metode pengambilan sampel Non-probability sampling, dengan teknik Random sampling. Variabel penelitian terdiri dari satu variabel dependen (Y), yaitu Keputusan Pembelian dan satu variabel independen (X), yaitu Word of Mouth. Alat analisis menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurang adanya pengaruh positif *Word of Mouth* sebesar 36,8% terhadap Keputusan Pembelian dan sisanya 63,2% dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian. Ini berarti konsumen yang membeli produk Warunk Upnormal dipengaruhi 36,8% oleh komunikasi word of mouth.

Kata kunci: Word of Mouth, Keputusan Pembelian, Komunikasi Pemasaran

ABSTRACT

This study aims to analyze and test the influence of marketing communications (marketing communication) with word of mouth promotion (word of mouth) of purchasing decisions Maranatha Students in Warunk Upnormal Bandung by using the Promotion of Mouth to mouth (word of mouth) which is quite effective . Inside there are several indicators that states that Word Of Mouth is the communication process formed by the Consumer Satisfaction. The research data are primary data and secondary data. The technique of collecting primary data through questionnaires, for secondary data through literature study and documentation study. The research method using causal explanatory analysis. The sample of this research is 101 respondents. Sampling method Non-probability sampling, with Random sampling technique. The research variable consists of one dependent variable (Y), namely Purchase Decision and one independent variable (X), ie Word of Mouth. The analysis tool uses a simple regression analysis. The result of the research shows that there is less positive influence of Word of Mouth 36,8% towards Purchasing Decision and the rest 63,2% influenced by outside research factor. Its means that all consumers who buy Warunk Upnormal products affected 36.8% by word of mouth communication.

Keywords: Word of Mouth, Purchase Decision, Marketing Communications



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
SURAT LEMBAR KETERANGAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.2 Promosi.....	11
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	14

2.1.4 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.5 Word Of Mouth.....	17
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	22
2.1.7 Riset Empiris.....	27
2.2 Kerangka Teoritis.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Model Penelitian.....	33
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	33
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.1.1 Variabel penelitian.....	35
3.1.1.1 Variabel Independen.....	35
3.1.1.2 Variabel Dependental.....	36
3.2 Populasi,Sampel & teknik pengambilan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel.....	37
3.2.3Teknik Pengambilan Sampel	37
3.3 Definisi Operasional Variabel	38
3.4 Teknik Pengumpulan Sampel.....	40
3.5 Teknik Analisis Data	41
3.5.1 Uji Instrumen.....	41
3.5.1.1 Uji Validitas.....	41
3.5.1.2 Uji CFA.....	42
3.5.1.3 Uji Reabilitas.....	43
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	44
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	45

3.5.3 Metode Statistika.....	45
3.5.3.1 Uji Hipotesis (F-Test)	47
3.5.3.2 Analisis Koefisien Determinasi.....	47
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Karakteristik Responden	48
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	51
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan pernah melakukan pembelian.....	52
4.2.Tanggapan Responden Terhadap Variabel X	53
4.2.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel X Word Of Mouth.....	53
4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X Word Of Mouth (X1).....	54
4.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X Word Of Mouth (X2)	55
4.2.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X Word Of Mouth (X3)	56
4.2.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X Word Of Mouth (X4)	57
4.2.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X Word Of Mouth (X5)	58
4.2.1.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X Word Of Mouth (X6)	59
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y Keputusan Pembelian (KP)....	60
4.3.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y Keputusan Pembelian (Y1)	61

4.3.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y	
Keputusan Pembelian (Y2).....	62
4.3.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y	
Keputusan Pembelian (Y3)	63
4.3.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y	
Keputusan Pembelian (Y4)	64
4.3.5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y	
Keputusan Pembelian (Y5)	65
4.3.6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y	
Keputusan Pembelian (Y6)	66
4.3.7.Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y	
Keputusan Pembelian (Y7).....	67
4.4.Hasil Analisis dan Pembahasan.....	68
4.4.1. Uji Validitas.....	68
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	71
4.4.3 Uji Normalitas.....	73
4.5.Hasil Uji Hipotesis.....	75
4.6 Pembahasan	79
 BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	84
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	85
 DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP (CURRICULUM VITAE).....	156

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Proses keputusan pembelian.....	6
Gambar 2.1 Model Proses keputusan pembelian.....	23
Gambar 2.2 Kerangka Teoritis.....	31
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 2.4 Model Penelitian.....	33



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Restoran dan Rumah makan berijin kota Bandung.....	3
Tabel 2.1 Tabel Riset Empiris.....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel (DOV).....	38
Tabel 3.2 Tabel Skala likert.....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran perbulan.....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan pernah melakukan pembelian....	52
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap variabel X <i>Word Of Mouth</i> (X1).....	54
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap variabel X <i>Word Of Mouth</i> (X2).....	55
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap variabel X <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	56
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap variabel X <i>Word Of Mouth</i> (X4).....	57
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap variabel X <i>Word Of Mouth</i> (X5).....	58
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap variabel X <i>Word Of Mouth</i> (X6).....	59
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap variabel Y Keputusan Pembelian(Y1).....	61
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap variabel Y Keputusan Pembelian(Y2).....	62
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap variabel Y Keputusan Pembelian(Y3).....	63
Tabel 4.14 Tanggapan Responden terhadap variabel Y Keputusan Pembelian(Y4).....	64
Tabel 4.15 Tanggapan Responden terhadap variabel Y Keputusan Pembelian(Y5).....	65

Tabel 4.16 Tanggapan Responden terhadap variabel Y Keputusan Pembelian(Y6).....	66
Tabel 4.17 Tanggapan Responden terhadap variabel Y Keputusan Pembelian(Y7).....	67
Tabel 4.18 Tabel Uji Validitas.....	68
Tabel 4.19 Tabel Hasil Uji Validitas (Sebelum eliminasi).....	69
Tabel 4.20 Tabel Uji Validitas.....	70
Tabel 4.21 Tabel Hasil Uji Validitas (Sesudah eliminasi).....	70
Tabel 4.22 Tabel Uji Reabilitas (<i>Word Of Mouth</i>).....	71
Tabel 4.23 Tabel Uji Reabilitas (Keputusan pembelian).....	72
Tabel 4.24 Tabel Hasil uji Normalitas.....	74
Tabel 4.25 Tabel Anova.....	76
Tabel 4.26 Tabel Coefficient.....	76
Tabel 4.27 Tabel Koefesien determinasi.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner

Lampiran B Jurnal

Lampiran C Tabulasi Kuesioner (Data Kuesioner)

Lampiran D Hasil Output SPSS

Lampiran E *Curriculum Vitae* (CV)

