

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat anugerah dan perlindungan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Word Of Mouth* Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Roti Gempol Bandung”**

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi. Skripsi ini disusun berdasarkan data yang sesungguhnya yang mana penulis dapatkan selama melaksanakan penelitian di Kedai Roti Gempol, Jl. Gempol Wetan No.14, Bandung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang turut mendukung serta memberikan bantuan baik berupa materi maupun doa selama proses penyusunan skripsi. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Jafar Sembiring, M.Ed.M selaku dekan di Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
2. Ibu Ade Irma Susanty, Ph.D, Ir. Syarifuddin, MM selaku wakil dekan I dan wakil dekan II di Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
3. Ibu Rah Utami Nugrahani S.Sos, MBA selaku kaprodi di Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
4. Ibu Endri Listiani, S.Ip., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kesediaan, waktu, ilmu dan bimbingannya kepada penulis sampai selesainya skripsi ini.
5. Ibu Ratih Hasanah Sudrajat, S.Sos, M.Si dan Sekar Arum Mandalia S.Sos, M.Si selaku dosen penguji I dan dosen penguji II.
6. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staff pegawai Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom yang telah banyak membantu, mendidik, dan membimbing penulis selama masa perkuliahan.
7. Ayah tercinta, Dachlan Sipahutar, SH, MH yang telah berhasil mendidik dan selalu memberi dukungan materiil dan moril kepada penulis.
8. Ibu penulis, Rumintan Theodora Sinaga, SH yang telah menjadi ibu, sahabat yang setia mendengarkan, berbagi ilmu dan kasih dalam pengabdian yang tak pernah usai.
9. Kedua kakak dan seorang adik penulis, Ruth Indah Febrianti Sipahutar, Caroline Simon Sipahutar dan Yosua Sandro Sipahutar, yang setia mendoakan, mendukung dan memberi bantuan selama penyusunan skripsi ini.
10. Keluarga Sipahutar dan Sinaga yang setia memberikan dukungan moril dan tidak berhenti berdoa untuk kesuksesan penelitian ini.
11. Ibu Loan selaku pemilik dari Kedai Roti Gempol dan Dion selaku kaki tangan dari Ibu Loan dalam menyampaikan informasi mengenai Kedai Roti Gempol kepada penulis.

12. Sahabat terdekat yaitu Azalia Ririn, Liddy Ganda Asmara, Angelica Siahaan, Stevy Anastasia, Lidia Sihombing, dan Feni yang telah membantu doa dan memberikan semangat dalam penyusunan Skripsi ini.
13. Serta seluruh pihak dengan tidak mengurangi rasa hormat yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat penulis harapkan. Penulis juga berharap semoga penelitian yang memuat pengalaman dan pengetahuan yang didapatkan selama penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa/i Telkom Economics and Business School.

Bandung, 11 September 2014

Penulis

Anggi Dameria Narulita Sipahutar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Tahapan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Teori	17
2.2.1 Pemasaran	17
2.2.2 Promosi	18
2.2.3 <i>Word Of Mouth</i>	20
2.2.4 Minat Beli	24

2.2.4.1	Pengertian Minat Beli	24
2.2.4.2	Pembentukan Minat Beli	25
2.3	Hipotesis	26
2.4	Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Paradigma Penelitian	29
3.2	Metode Penelitian	29
3.3	Objek Penelitian	30
3.3.1	Visi dan Misi	31
3.4	Definisi Konsep	31
3.5	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	33
3.5.1	Operasional Variabel	33
3.5.2	Skala Pengukuran	33
3.6	Populasi dan Sampel	35
3.6.1	Populasi	35
3.6.2	Sampel	35
3.6.3	Teknik Sampling	35
3.7	Pengumpulan Data	36
3.7.1	Jenis Data	36
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.8.1	Uji Validitas	37
3.8.2	Uji Reliabilitas	37
3.9	Teknik Analisis Data	38
3.9.1	Statistik Deskriptif	38
3.9.2	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	40

3.9.3	Koefisien Determinasi	41
3.9.4	Analisis Regresi Linier Sederhana	41
3.9.5	Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
4.1	<i>Screening Question</i> dan Karakteristik Responden	44
4.1.1	<i>Screening Question</i>	44
4.1.2	Karakteristik Responden	45
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.2	Hasil Penelitian Kuesioner	48
4.2.1	Analisis <i>Word Of Mouth</i> (Variabel X) Menurut Tanggapan Responden	48
4.2.1.1	Dimensi <i>Talkers</i>	48
4.2.1.2	Dimensi <i>Topics</i>	52
4.2.1.3	Dimensi <i>Tools</i>	54
4.2.1.4	Dimensi <i>Taking Part</i>	56
4.2.1.5	Dimensi <i>Tracking</i>	58
4.2.2	Analisis Minat Beli Konsumen (Variabel Y) Menurut Tanggapan Responden	59
4.2.2.1	Dimensi <i>Awareness</i>	59
4.2.2.2	Dimensi <i>Knowledge</i>	60
4.2.2.3	Dimensi <i>Liking</i>	63
4.2.2.4	Dimensi <i>Preference</i>	65
4.3	Hasil Penghitungan Data	67
4.3.1	Hasil Hitung Variabel X (<i>Word of Mouth</i>)	67
4.3.2	Hasil Hitung Variabel Y (Minat Beli Konsumen)	74

4.3.4 Pengujian Hipotesis	80
4.3.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	81
4.3.5 Korelasi	82
4.3.6 Koefisien Determinasi	82
4.3.7 Pengujian Hipotesis	83
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	88
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan (Kedai Roti Gempol)	88
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	93