

SKRIPSI

**PENGARUH DIMENSI *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian
Pengguna Kartu Seluler Telkomsel)

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :
RESNET
NIM:1425067

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : RESNET

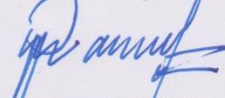
NIM : 1425067

JUDUL PENELITIAN : PENGARUH DIMENSI WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi
Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir
Penggaraian Pengguna Kartu Seluler Telkomsel)

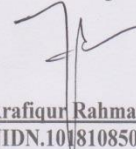
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program
Studi Manajemen pada Kamis, 02 Januari 2020 dan telah dilakukan perbaikan
sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 24 Juni 2020

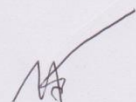
Pembimbing I


Durwantoro, SE., M.Si
NIDN.1030049001

Pembimbing II

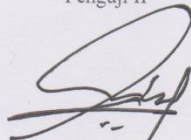

Arafiquir Rahman, SE., MM
NIDN.1018108502

Penguji I



Makmur, SE., M. MA
NIDN. 1010038001

Penguji Ujian Akhir Komprehensif

Penguji II

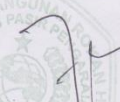

Andi Afrizal, SE., M. Si. AK. CA
NIDN.1014118301

Penguji III


Hidayat, SE., MM
NIDN.1027058603

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian


Arafiquir Rahman, SE., MM
NIDN. 1018108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **RESNET**
Nomor Mahasiswa : 1425067
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH DIMENSI *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada
Mahasiswa Fekon UPP Pengguna Kartu Seluler
Telkomsel)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta tidak juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 16 September 2019
Yang Membuat Pernyataan



ABSTRAK

RESNET. NIM: 1425067. 2019. PENGARUH DIMENSI *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PADA MAHASISWA FEKON UPP PENGGUNA KARTU SELULER TELKOMSEL). PEMBIMBING I: PURWANTORO, SE., M.Si DAN PEMBIMBING II: ARRAFIQUR RAHMAN, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Fekon UPP pengguna kartu seluler Telkomsel. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang masih aktif kuliah pada tahun 2018. Sampel penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sebanyak 67 orang. Variabel bebas dalam penelitian ini membicarakan (X1), merekomendasikan (X2), mendorong (X3) dan variabel terikat keputusan pembelian (Y). Metode pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan program SPSS. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 2,188 + 0,778X1 + 0,638X2 + 1,727 X3$. Secara parsial, diperoleh t-hitung membicarakan 4.129, merekomendasikan 8.827 dan mendorong 7.880. Secara simultan, diperoleh F-hitung 181.707 menunjukkan dimensi *word of mouth* yang terdiri dari membicarakan, merekomendasikan dan mendorong secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 89,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh dimensi *word of mouth* yang terdiri dari membicarakan, merekomendasikan dan mendorong, sedangkan sisanya 10,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini dimensi *word of mouth* yang terdiri dari membicarakan, merekomendasikan dan mendorong berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian baik pada pengujian secara parsial (uji t) maupun pengujian secara simultan (uji F).

Kata Kunci: *word of mouth*, keputusan pembelian dan kartu seluler

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadiran Allah Shubhanallah wa taala atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Bapak DR. Adolf Bastian, M.Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian sekaligus selaku pembimbing II yang telah membimbing saya dalam penulisan skripsi penelitian ini.
3. Bapak Purwantoro, SE.,M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian sekaligus selaku pembimbing I yang telah membimbing saya dalam penulisan skripsi penelitian ini.
4. Kedua Orangtua saya yang telah banyak memberikan pengorbanan kepada saya, baik itu dukungan moral maupun material.
5. Kepada teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan berupa semangat yang tak henti-hentinya.
6. Semua Pihak yang telah memberikan dukungan serta informasi berkaitan dengan proposal ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan ilmu pengetahuannya dibidang manajemen.

Pasir Pengaraian, September 2019

RESNET

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	12
2.1.1.1 Dimensi <i>Word Of Mouth</i>	14
2.1.1.2 Jenis-jenis <i>Word Of Mouth</i>	15
2.1.1.3 Manfaat <i>Word Of Mouth</i>	15
2.1.1.4 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	16
2.1.1.5 Strategi Penciptaan <i>Word Of Mouth</i>	18
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	19
2.1.2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	20
2.1.2.2 Tahapan Dalam Keputusan Pembelian.....	23
2.1.2.3 Indikator yang Mempengaruhi	

	Keputusan Pembelian.....	25
	2.1.3 Penelitian Terdahulu.....	28
2.2	Kerangka Konseptual.....	29
2.3	Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	31
3.2	Populasi dan Sampel.....	31
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	34
	3.3.1 Jenis Data.....	34
	3.3.2 Sumber Data.....	34
3.4	Teknik Pengambilan Data.....	35
3.5	Defenisi Operasional.....	35
3.6	Instrumen Penelitian.....	36
	3.6.1 Uji Validitas.....	38
	3.6.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.7	Tekhnik Analisis Data.....	39
	3.7.1 Analisis Deskriptif.....	39
	3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
	3.7.2.1 Uji Normalitas.....	40
	3.7.2.2 Uji Multikolonieritas.....	40
	3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
	3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	41
	3.7.5 Uji Hipotesis.....	42
	3.7.5.1 Uji t.....	42
	3.7.5.2 Uji F.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
	4.1.1 Sejarah Tempat Penelitian.....	44
	4.1.2 Visi dan Misi.....	44
	4.1.3 Struktur Organisasi dan Tupoksi.....	45

4.2	Karakteristik Responden	48
4.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2.2	Berdasarkan Umur.....	48
4.2.3	Berdasarkan Jumlah Uang Saku.....	49
4.2.4	Berdasarkan Varian Kartu Telkomsel.....	50
4.2.5	Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	50
4.3	Pengujian Instrument Penelitian.....	51
4.3.1	Uji Validitas.....	51
4.3.2	Uji Reliaabilitas.....	53
4.4	Analisis Deskriptif	54
4.4.1	Deskripsi Variabel Membicarakan (X1)	54
4.4.2	Deskripsi Variabel Merekomendasikan (X2).....	55
4.4.3	Deskripsi Variabel Mendorong (X3).....	56
4.4.4	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.5.1	Uji Normalitas	58
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	59
4.6	Analisis Regesi Linear Berganda.....	59
4.7	Koefisien Determinasi (R^2).....	61
4.8	Uji Hipotesis.....	62
4.8.1	Uji t.....	62
4.8.2	Uji F.....	64
4.9	Pembahasan.....	65

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1	Defenisi Operasional Penelitian.....	34
Tabel 3.2	Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner.....	35
Tabel 3.3	Skor Pilihan Jawaban Responden.....	37
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Umur.....	48
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku.....	49
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Varian Kartu Telkomsel.....	50
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	50
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Membicarakan.....	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Merekomendasikan.....	52
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Mendorong.....	52
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.11	TCR Variabel Membicarakan.....	54
Tabel 4.12	TCR Variabel Merekomendasikan.....	55
Tabel 4.13	TCR Variabel Mendorong.....	56
Tabel 4.14	TCR Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolonieritas.....	59
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.18	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	62
Tabel 4.19	Hasil Uji Parsial.....	63
Tabel 4.20	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.....	46