



**PENGARUH *WORD OF MOUTH MARKETING*
TERHADAP PROBABILITAS KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN RUMAH MAKAN AYAM
GEPHOK DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER**

**THE INFLUENCE *WORD OF MOUTH MARKETING*
TO PROBABILITY CONSUMER'S PURCHASE DECISION
AT GEPHOK CHICKEN FOOD STALLS IN JEMBER URBAN AREA**

SKRIPSI

Oleh :

Yulianti Liana Dewi

NIM. 100810201236

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**



**PENGARUH *WORD OF MOUTH* MARKETING
TERHADAP PROBABILITAS KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN RUMAH MAKAN AYAM
GEPHOK DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER**

**THE INFLUENCE *WORD OF MOUTH* MARKETING
TO PROBABILITY CONSUMER'S PURCHASE DECISION AT GEPHOK
CHICKEN FOOD STALLS IN JEMBER URBAN AREA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

Yulianti Liana Dewi

NIM. 100810201236

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Yulianti Liana Dewi
NIM : 100810201236
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Word of Mouth Marketing* Terhadap Probabilitas
Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Ayam Gepok
di Wilayah Perkotaan Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus saya junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 30 Agustus 2014

Yang menyatakan,

Yulianti Liana Dewi
NIM. 100810201236

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH *WORD OF MOUTH MARKETING*
TERHADAP PROBABILITAS KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN RUMAH MAKAN AYAM
GEPHOK DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER

Nama Mahasiswa : Yulianti Liana Dewi
NIM : 100810201236
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 1 September 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Adi Prasodjo M.P.
NIP. 195505161987031001

Gusti Ayu Wulandari S.E., M.M.
NIP. 198309122008121002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si
NIP. 19620820 199002 1 001

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH *WORD OF MOUTH* MARKETING
TERHADAP PROBABILITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
RUMAH MAKAN AYAM GEPHOK DI WILAYAH PERKOTAAN
JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : **Yulianti Liana Dewi**

NIM : **100810201236**

Jurusan : **Manajemen**

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

—
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Drs. Sriono M.M. : (.....)
NIP. 19620820 199002 1 001

Sekretaris : Dr. Mohamad Dimyati M.Si. : (.....)
NIP. 196010729 198603 2 001

Anggota : Prof. Dr. Isti Fadah M.Si. : (.....)
NIP. 19501221 197801 1 001



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Mohammad Fathorrazi, S.E, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Untuk anugerah terindah dalam hidupku:

1. Kedua orang Tuaku Papa dan Mamaku, papa yang sudah mencari nafkah untuk memenuhi kehidupan keluarga kecil kami dan membiayaiku sampai saat ini dan menuntunku dengan nasehat-nasehatnya serta menyayangiku dengan segenap hatinya. Semoga aku bisa menjadi anak yang membanggakan buat papa dan mama, amien.
2. Untuk segenap keluargaku. Trimaksih atas semua bimbingan dan kasih sayang yang telah diberikan.
3. Bapak Adi Prasodjo dan Ibu Wulan sebagai Dosen Pembimbing yang telah ikhlas memberikan ilmu, bimbingan, motivasi, nasehat dan do'a selama ini.
4. Sahabat-sahabat dan teman terbaikku yang selalu memberikan semangat, dukungan dan mau menemani di saat suka maupun duka.
5. Untuk Almamater tercinta.

MOTTO

Mengapa engkau tertekan, hai jiwaku, dan mengapa engkau gelisah di dalam diriku?
Berharaplah kepada Allah! Sebab aku bersyukur lagi kepada-Nya, penolongku dan
Allahku!

(Mazmur 42:12)

Marilah, baiklah kita berperkara! – Firman Tuhan – *Sekalipun dosamu merah seperti kirmizi, akan menjadi putih seperti salju; sekalipun berwarna merah seperti kain kesumba, akan menjadi putih seperti bulu domba.*

(Yesaya 1:18)

Bertahan hidup artinya selalu siap untuk berubah; karena perubahan adalah jalan menuju kedewasaan. Dan kedewasaan adalah sikap untuk selalu mengembangkan kualitas pribadi tanpa henti.

(Henri Bergson – Filsuf Perancis)

Kata-kata yang baik memiliki daya kreatif, kekuatan yang membangun hal-hal mulia, dan energi yang menyiramkan berkat-berkat kepada dunia.

(Lawrence G Lovasik – Motivator dan Konselor Kerohanian AS)

RINGKASAN

Pengaruh *Word of Mouth Marketing* Terhadap Probabilitas Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Ayam Gepok di Wilayah Perkotaan Jember; Yulianti Liana Dewi; 100810201236; 2014; 58 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Word of Mouth Marketing (WoMM) merupakan hal yang penting dalam berbisnis. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat sehingga banyak pebisnis yang menggunakan strategi pemasaran seperti periklanan. Hal ini membuat tingkat keinginan konsumen dalam memutuskan untuk membeli menjadi menurun. Pada situasi seperti ini, WoMM menjadi salah satu strategi pemasaran yang tanpa disadari digunakan oleh banyak perusahaan dan menjadi cara yang paling efektif dalam menarik calon konsumen untuk membeli suatu produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui probabilitas *Word of Mouth Marketing* dalam mempengaruhi keputusan membeli dan tidak membeli konsumen Rumah Makan Ayam Gepok di wilayah perkotaan Kabupaten Jember.

Objek pada penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan keputusan untuk membeli dan tidak pernah membeli Ayam Gepok di wilayah perkotaan Kabupaten Jember. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 130 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel yang diteliti untuk mengukur *Word of Mouth Marketing* (WoMM) adalah Pembicara (*talkers*), Topik (*topic*), Alat (*tools*), Partisipasi Perusahaan (*taking part*), dan Pengawasan akan Hasil WoMM (*tracking*). Analisis pengaruh *Word of Mouth Marketing* terhadap probabilitas keputusan pembelian konsumen Rumah Makan Ayam Gepok di wilayah perkotaan Jember menggunakan analisis regresi logistik, menilai Model Fit dan Estimasi Parameter.

Untuk melihat *Word of Mouth Marketing* berpengaruh terhadap probabilitas keputusan pembelian, dapat diperoleh dengan menggunakan hasil analisis Uji *Hosmer and Lemeshow* dimana nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 64,4%. Selain itu diperoleh hasil bahwa WoMM berpengaruh terhadap probabilitas keputusan konsumen untuk membeli sebesar 89,2%. Dan pada *Variables in the Equation*, hasil analisis menunjukkan bahwa semua subvariabel WoMM memiliki signifikansi $< 0,05$. Sehingga diperoleh hasil bahwa variabel *Word of Mouth Marketing* memiliki pengaruh terhadap probabilitas keputusan pembelian konsumen Rumah Makan Ayam Gepok di wilayah perkotaan Jember.

SUMMARY

The Influence Word Of Mouth Marketing To Probability Consumer's Purchase Decision At Gephok Chicken Food Stalls In Jember Urban Area; Yulianti Liana Dewi; 100810201236; 2014; 58 pages; Department of Management Faculty of Economics, University of Jember.

Word of Mouth Marketing (WoMM) is an important thing in business. In a row with technology development quickly until many businessmen are making use of marketing strategies like advertising. This is making consumer's longing degree in purchase decision become go down. In this situation, WoMM as one of marketing strategies that unwittingly used by so many company and become the most effective method to pull a consumer aspirant for buying a product. Purpose of this research is to know probability *Word of Mouth Marketing* in influence consumer's purchase decision and not at Gephok Chicken Food Stalls in Jember urban area.

Object of research is peoples who ever make purchase decision Gephok Chicken and peoples who never make it in Jember urban area. This research be done with spread many kuisioner for 130 peoples, by use of *purposive sampling* technique. The variables which measured are *Word of Mouth Marketing*, as *talkers*, *topic*, *tools*, *taking part*, and *tracking*. Analysis influence *Word of Mouth Marketing* to probability consumer's purchase decision at Gephok Chicken Food Stalls in Jember urban area by use of logistics regression analysis, by judging Model Fit and Estimasi Parameter.

To see *Word of Mouth Marketing* having an influence on probability purchase decision or not, providable with use analysis result *Hosmer and Lemeshow* Test where *Nagelkerke R Square* value is 64,4%. And else providable a result that WoMM influential to probability consumer's decision for purchase is 89,2%. And in *Variables in the Equattion*, analysis result tell us that all of subvariables WoMM have significance value $< 0,05$. So, providable that *Word of Mouth Marketing* have a influence to probability consumer's purchase decision at Gephok Chicken Food Stalls in Jember urban area.

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih, karunia serta penyertaannya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Ayam Gepok di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember.” Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan dari pada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Tuhan Yang Maha Esa serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

- a. Dr. M. Fathorrozi SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b. Dr. Handriyono, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- c. Drs. Adi Prasodjo, M.P., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- d. Gusti Ayu Wulandari, SE, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan serta saran sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- e. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- f. Kedua orang tuaku Bapak Fery Wijaya dan Ibu Indrawati, dan kakakku Yunita yang telah memberikan kasih sayang, motivasi dan dukungan doa selama ini.
- g. Semua responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu atas terselesaikannya penelitian ini.
- h. Orang-orang terspesial Rony JoeeeDut, Mbak Hapsari, Nietha, Fendy, Feliks dan lain-lain yang slalu mendampingi dalam keadaan susah maupun senang serta memberikan semangat dan hiburannya selama Skripsi ini dibuat.
- i. Seluruh teman – teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2010.
- j. Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebut satu persatu. Terimakasih sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan Berkah serta Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat

terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 30 Agustus 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	4
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2 TINJUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Komunikasi Pemasaran dan Promosi	5
2.1.2 <i>Word of Mouth</i> (WoM)	7
2.1.3 Elemen-Elemen <i>Word of Mouth</i>	9
2.1.4 Model <i>Word of Mouth</i>	11
2.1.5 Menciptakan <i>Word of Mouth</i>	12
2.1.6 Pengukuran Pengaruh <i>Word of Mouth</i>	14
2.1.7 Perilaku Konsumen	16
2.1.8 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	24
3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	26
3.3.1 Jenis Data	26
3.3.2 Sumber Data	26

3.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.5 Identifikasi Variabel.....	27
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	28
3.8 Uji Instrumen	29
3.8.1 Uji Validitas	29
3.8.2 Uji Reliabilitas	30
3.9 Metode Analisis Data.....	31
3.9.1 Regresi Logistik	31
a. Menilai Model Fit.....	32
b. Estimasi Parameter.....	33
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	34
BAB 4 PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1 Gambaran Umum Rumah Makan Ayam Gepok Jember	35
4.1.2 Karakteristik Respondem.....	38
4.1.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	44
4.1.4 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	45
4.1.5 Hasil Analisis Regresi Logistik.....	48
4.2 Pembahasan.....	52
4.3 Keterbatasan Penelitian.....	57
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Kajian Empiris 21
Tabel 4.1	Jumlah Responden 39
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kecamatan 40
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 40
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... 41
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 41
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 42
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan 42
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian 43
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas..... 44
Tabel 4.10	Tabel Reliabilitas 45
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas 45
Tabel 4.12	Penilaian Responden Pada <i>Talkers</i> (X_1) 46
Tabel 4.13	Penilaian Responden Pada <i>Topic</i> (X_2) 46
Tabel 4.14	Penilaian Responden Pada <i>Tools</i> (X_3) 47
Tabel 4.15	Penilaian Responden Pada <i>Taking part</i> (X_4)..... 47
Tabel 4.16	Penilaian Responden Pada <i>Tracking</i> (X_5)..... 48
Tabel 4.17	Hasil Analisis Uji <i>Hosmer and Lemeshow</i> 49
Tabel 4.18	Tabel Klasifikasi 49
Tabel 4.19	<i>Variables In The Equattion</i> 50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rumah Makan Ayam Gepok Jember	37

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	62
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden	68
Lampiran 3 Data Responden	74
Lampiran 4 Output Uji Validitas	78
Lampiran 5 Output Uji Reliabilitas	79
Lampiran 6 Output Frekuensi Jawaban Responden.....	80
Lampiran 7 Output Hasil Analisis Regresi Logistik	84