

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
MINAT BELI PADA BAKSO BOEDJANGAN**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi**



**RURI ANISSA PUTRI**

**1161003102**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2020**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Ruri Anissa Putri**

**NIM : 1161003102**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : 7 September 2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ruri Anissa Putri

NIM : 1161003102

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP  
MINAT BELI PADA BAKSO BOEDJANGAN

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si (  )

Penguji 1 : Adrian Arditiar, M.I.Kom (  )

Penguji 2 : Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 7 September

## KATA PENGANTAR

**Alhamdulillahirabbil’alamiin**, penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan ridho-Nya penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Minat Beli pada Bakso Boedjangan”.

Dalam pembuatan Tugas Akhir ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Hal ini memberikan kemudahan serta semangat penulis selama proses penulisan. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Keluarga

Terimakasih kepada seluruh anggota keluarga, mama, papa, abang, dan kakak yang sudah membantu menyemangati penulis dalam menyelesaikan proses penulisan Tugas Akhir. Saat penulis merasa jenuh dan lelah seluruh keluarga terus mendukung dan memotivasi penulis agar segera menyelesaikan Tugas Akhir ini.

2. Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S,Sos, M.Si

Terimakasih kepada ibu Prima selaku dosen pembimbing Tugas Akhir penulis yang selalu memberikan masukan kepada penulis dalam penyelesaian penulisan ini. Terimakasih juga karena selalu memberikan solusi kepada penulis ketika penulis menemui kesulitan dalam proses penulisan serta telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan kepada penulis terkait Tugas Akhir ini hingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.

3. Bapak Adrian Arditiar, M.I.Kom dan Ibu Wahyuni Pudjiastuti, Ir., M.S.M.

Terimakasih kepada bapak dan ibu dosen penguji yang telah memberikan masukan kepada penulis dalam penyelesaian penulisan ini. Terimakasih juga karena telah memberikan solusi kepada penulis ketika penulis menemui kesulitan dalam penulisan hingga akhirnya penelitian ini dapat selesai dengan baik.

4. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi dan Civitas Akademika Universitas Bakrie  
Terimakasih kepada bapak dan ibu dosen yang pernah mengajar saya semasa perkuliahan sehingga saya dapat mengerti, memahami dan menerapkan ilmu yang saya pelajari selama perkuliahan. Terimakasih kepada para Civitas Akademik terutama Mba Frieda atas semua perhatian, bantuan dan pengabdianya yang diberikan kepada seluruh mahasiswa/i prodi Ilmu Komunikasi selama masa perkuliahan.
5. Teman-teman terdekat semasa perkuliahan  
Terimakasih juga kepada teman-teman terdekat semasa kuliah Febi, Cipude, Reni, Aulia, Atika, Ghea, Siti, Widya, Nana, Dini, Sandra, dan Ijum yang selalu ada serta selalu mendorong dan meyakinkan penulis agar segera membuat dan menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terimakasih juga telah membantu penulis dalam setiap proses penulisannya.
6. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016  
Terimakasih kepada teman-teman Ilmu Komunikasi atau dikenal dengan komunal khususnya angkatan 2016 yang senantiasa membantu menghibur, serta selalu memberikan semangat satu sama lain selama perkuliahan hingga penulisan tugas akhir ini.

Demikian ucapan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu karena telah membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Dengan harapan, semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk kedepannya.

Jakarta, 7 September 2020

Penulis,



Ruri Anissa Putri

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ruri Anissa Putri  
NIM : 1161003102  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie, **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PADA BAKSO BOEDJANGAN

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 7 September 2020

Yang menyatakan



(Ruri Anissa Putri)

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI  
PADA BAKSO BOEDJANGAN**

**Ruri Anissa Putri**

---

**ABSTRAK**

Seiring perkembangan zaman, kondisi persaingan bisnis telah mengalami banyak perubahan dan perkembangan. Faktanya perusahaan saat ini berpacu memasang iklan yang berbayar mahal. Namun, ada satu strategi pemasaran gratis yang dilupakan banyak pengusaha padahal dampaknya lebih besar yaitu *Word of Mouth*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* terhadap minat beli pada Bakso Boedjangan. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yakni variabel X *Word of Mouth* (pembicaraan, topik, alat, volume, dispersi) dan variabel Y minat beli (minat transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 100 sampel responden yaitu mahasiswa/i aktif Universitas Bakrie. Metode asosiatif yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* terhadap minat beli pada Bakso Boedjangan. Teknik analisis yang digunakan regresi sederhana. Landasan teori pada penelitian menggunakan komunikasi pemasaran, *Word of Mouth*, AISAS, dan minat beli.

Berdasarkan hasil penelitian dari 100 sampel responden dalam variabel *Word of Mouth* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari *Word of Mouth* terhadap minat beli. Pengaruh *Word of Mouth* terhadap minat beli sebesar 61,4% dengan kata lain H1 diterima dalam penelitian ini. Dimensi paling besar yang memberikan pengaruh terhadap minat beli adalah pembicaraan. Dapat diartikan bahwa responden senang membicarakan, merekomendasikan, dan senang berbagi pengalaman tentang Bakso Boedjangan. Adapun faktor lain yang mempengaruhi minat beli adalah kualitas produk, harga, dan citra merek.

Kata Kunci: *Word of Mouth*, minat beli, pembicaraan, Bakso Boedjangan.

**THE EFFECT OF WORD OF MOUTH ON BUYING INTEREST  
IN BAKSO BOEDJANGAN**

**Ruri Anissa Putri**

---

**ABSTRACT**

*Current development, the conditions of business competition have undergone many changes and developments. The fact is that companies are currently racing to place high-paying advertisements. However, there is one free marketing strategy that many entrepreneurs forget even though it has a bigger impact, namely the Word of Mouth. This study aims to determine the effect of the Word of Mouth on buying interest in Bakso Boedjangan. There are two variables in this study, namely the X Word of Mouth variable (conversation, topic, tool, volume, dispersion) and the Y variable buying interest (transactional, referential, preferential, and explorative interest).*

*This research uses a quantitative approach with associative methods. Researchers distributed questionnaires to 100 samples of respondents, namely active students of Bakrie University. The associative method used to determine the effect of Word of Mouth on buying interest in Boedjangan meatballs. The analysis technique used simple regression. The theoretical basis of research uses marketing communication, Word of Mouth, AISAS, and buying interest.*

*Based on the results of research from 100 samples of respondents in the Word of Mouth variable, it shows that there is an effect of Word of Mouth on buying interest. The influence of Word of Mouth on purchase intention is 61.4%, in other words, H1 is accepted in this study. The biggest dimension that has an influence on buying interest is to talk. It can be interpreted that respondents like to talk about, recommend, and like to share experiences about Bakso Boedjangan. Other factors that influence purchase intention are product quality, price, and brand image.*

*Keywords: Word of Mouth, buying interest, talkers, Bakso Boedjangan.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II KERANGKA TEORITIS.....</b>	<b>12</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya .....	12
2.2 Tinjauan Pustaka Terhadap Kerangka Teoritis.....	22

2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.2 AISAS.....	22
2.2.3 <i>Word of Mouth</i> .....	23
2.2.4 Minat Beli.....	27
2.3 Kerangka Teoritis.....	29
2.4 Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Metode Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Sumber Data.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	41
3.6.2 Regresi Sederhana.....	41
3.7 Teknik Uji Keabsahan Data.....	42
3.7.1 Uji Validitas.....	42
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	43

3.8 Keterbatasan Penelitian.....	45
----------------------------------	----

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	46
4.1.1 Profil Bakso Boedjangan .....	46
4.2 Hasil penelitian .....	48
4.2.1 Karakteristik responden .....	48
4.2.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	50
4221 Uji Validitas .....	51
4222 Uji Reliabilitas .....	52
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	53
4231 Analisis Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	53
4232 Analisis Variabel Minat Beli.....	69
4.2.4 Hasil pengujian Hipotesis.....	76
4241 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	76
4.3 Pembahasan .....	82
4.3.1 Variabel <i>Word of Mouth</i> Bakso Boedjangan yang terdiri atas <i>Talkers, Topics, Tools, Volume, dan Dispersion</i> .....	82
4.3.2 Variabel Minat Beli yang Terdiri Atas Minat Transaksional, Referensial, Preferensial, Eksploratif .....	83
4.3.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli Bakso Boedjangan.....	85

4.3.4 Faktor Lain yang Mempengaruhi Minat Beli Bakso

Boedjangan .....88

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....91

5.2 Saran.....92

5.2.1 Saran Akademis.....92

5.2.2 Saran Praktis.....93

**DAFTAR PUSTAKA.....94**

**LAMPIRAN.....98**

## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Sebelumnya .....	15
3.1 Operasionalisasi Variabel Independen .....	39
3.2 Operasionalisasi Variabel Dependen.....	40
4.1 Hasil Uji Validitas 100 responden.....	52
4.2 Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden .....	52
4.3 Pendapat Responden Senang Membicarakan Bakso Boedjangan.....	53
4.4 Pendapat Rresponden Senang Berbagi Pengalaman Tentang Bakso Boedjangan.....	54
4.5 Pendapat Responden Senang Merekomendasikan Bakso Boedjangan .....	54
4.6 Total <i>Cumulative</i> Dimensi <i>Talkers</i> .....	55
4.7 Pendapat Responden Mengetahui dan Membicarakan Produk yang Dimiliki Bakso Boedjangan.....	56
4.8 Pendapat Responden Mengetahui dan Membicarakan Keunikan Bakso Boedjangan.....	57
4.9 Total <i>Cumulative</i> Dimensi <i>Topics</i> .....	58
4.10 Pendapat Responden Mengetahui Informasi Bakso Boedjangan Secara <i>Offline</i> .....	59
4.11 Pendapat Responden Mengetahui Informasi Bakso Boedjangan dari Teman,Sahabat, dan Keluarga.....	60
4.12 Total <i>Cumulative</i> Dimensi <i>Tools</i> .....	61
4.13 Pendapat Responden Sering Merekomendasikan Bakso Boedjangan.....	62
4.14 Pendapat Responden Sering Menyebutkan Brand Bakso Boedjangan .....	63
4.15 Pendapat Responden Sering Mendiskusikan Keunggulan yang Dimilki Oleh Bakso Boedjangan .....	63
4.16 Total <i>Cumulative</i> Dimensi <i>Volume</i> .....	64
4.17 Pendapat Responden Membicarakan Bakso Boedjangan Bersama Teman, Sahabat, dan Keluarga.....	65
4.18 Pendapat Responden Membicarakan Bakso Boedjangan dengan Orang	

yang Sudah Mencoba Bakso Boedjangan .....	66
4.19 Total <i>Cumulative</i> Dimensi <i>Dispersion</i> .....	67
4.20 Skor <i>Cumulative</i> Variabel X ( <i>Word of Mouth</i> ) .....	68
4.21 Pendapat Responden Ingin Mencoba Bakso Boedjangan .....	69
4.22 Tota <i>Cumulative</i> Dimensi Minat Transaksional.....	70
4.23 Pendapat Responden dalam Menyarankan Orang Terdekat (Teman, Sahabat, dan Keluarga) Untuk Mencoba Bakso Boedjangan .....	70
4.24 Total <i>Cumulative</i> Dimensi Minat Referensial .....	71
4.25 Pendapat Responden Ingin Menjadikan Bakso Boedjangan Sebagai Pilihan .....	72
4.26 Total <i>Cumulative</i> Dimensi Minat Preferensial .....	73
4.27 Pendapat Responden Mengenai Ingin Mencari Informasi Bakso Boedjangan Dan Menanyakan Pengalaman Seseorang yang Telah Menikmati.....	74
4.28 Total <i>Cumulative</i> Dimensi Eksploratif.....	75
4.29 Skor <i>Cumulative</i> Variabel Y (Minat Beli) .....	76
4.30 Uji Signifikansi .....	77
4.31 Uji Regresi .....	77
4.32 Uji Regresi <i>Coefficients</i> .....	78
4.33 Dimensi <i>Talkers</i> .....	79
4.34 Dimensi <i>Topics</i> .....	80
4.35 Dimensi <i>Tools</i> .....	80
4.36 Dimensi <i>Volume</i> .....	81
4.37 Dimensi <i>Dispersion</i> .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bentuk Prasmanan Bakso Boedjangan.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	31
Gambar 4.1 Logo Bakso Boedjangan .....	46
Gambar 4.2 Diagram Jenis kelamin .....	49
Gambar 4.3 Diagram Usia Responden .....	49
Gambar 4.4 Diagram Tingkat atau Angkatan Responden.....	50
Gambar 4.5 Jurusan Responden .....	51