

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND IMAGE*
GAME ONLINE MOBILE LEGENDS
PADA GENERASI MILENIAL**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



MOCH WINGGA NURDIANSYAH

1131001105

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

2018

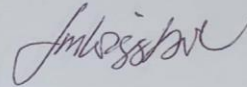
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Moch Wingga Nurdiansyah

NIM : 1131001055

Tanda Tangan :



Tanggal : 23 Februari 2018

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Moch Wingga Nurdiansyah
NIM : 1131001105
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap
Brand Image Game Online Mobile Legends Pada
Generasi Milenial.

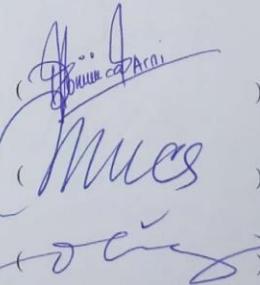
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM.

Penguji I : Muchsin Saggaff S., M.Sc., MBA, Ph.D

Penguji II : Holila Hatta, S.Pd., MM



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal: 23 Februari 2018

KATA PENGANTAR



Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala karena atas rahmat-Nya peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Word of Mouth Terhadap Brand Image Game Online Mobile Legends Pada Generasi Milenial”** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis mendapat banyak bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dominica Arni Widyastuti, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan ilmu, arahan, saran, dan bimbingan yang sangat bermanfaat selama penyusunan dan penyempurnaan tugas akhir ini.
2. Muchsin Sagaff S., M.Sc., MBA, Ph.D sebagai dosen pembahas sekaligus penguji yang telah memberikan masukan sehingga proposal tugas akhir ini dapat dilanjutkan hingga tahap akhir.
3. Holila Hatta, S.Pd., M.M. selaku dosen penguji dalam sidang tugas akhir penulis yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini.
4. Kedua orang tua tercinta, Wowo Kustiwa dan Yaya Rohayani dan Mifta adik saya yang senantiasa selalu memberikan do'a, motivasi, nasihat, serta dukungan dan kasih sayang tiada henti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.

6. Aldo, Asep, Arvito, Arven, Akbar, Dyan, Faris, Farras, Fiki, Jaka Rey, Imam, Latifa, Putri, Ricky dan Teddy, sahabat penulis yang telah memberikan dukungan dan menemani penulis selama perkuliahan.
7. Dinda, Sobrina, Nurul, Gampang, dan Mamat yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan masukan terhadap kuesioner penelitian pada saat melakukan *pre-test*.
8. Denny, Untung, Jaka, Ayu, Imam, Dyan, Alvian, Ricky dan Ryan selaku teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dalam penyusunan tugas akhir.
9. Teman-teman mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2011, 2012, 2013, dan 2014 yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
10. Para responden yang telah menyempatkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian tugas akhir ini.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari betul bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Namun demikian, peneliti mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang dapat membangun untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini. Semoga segala kebaikan dibalas dengan pahala yang berlipat oleh Allah *azza wa jalla*.

Jakarta, 23 Februari 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Moch Wingga Nurdiansyah
NIM : 1131001105
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

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

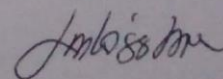
Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap *Brand Image* Game Online Mobile Legends Pada Generasi Milenial.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 : 23 Februari 2018

Yang Menyatakan



Moch Wingga Nurdiansyah

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND IMAGE*
GAME ONLINE MOBILE LEGENDS PADA GENERASI
MILENIAL**

Moch Wingga Nurdiansyah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap *brand image game online* Mobile Legends pada generasi milenial. Variabel *word of mouth* menilai pada daya tarik generasi millennial terhadap *brand image* Mobile Legends diukur melalui dua dimensi pada *word of mouth* yang terdiri dari *volume* dan *dispersion*. Dan variabel *brand image* diukur melalui tiga dimensi, yaitu *corporate image*, *user image*, dan *product image*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada generasi millennial yang memiliki aplikasi *game* Mobile Legends dan telah memainkan Mobile Legends dalam satu bulan terakhir. Responden diambil dengan teknik *convenience sampling* sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 25. Hasil dari analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *brand image game online* Mobile Legends pada generasi milenial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dengan sering membicarakan serta merekomendasikan suatu produk dapat membuat perusahaan lebih dikenali dan potensial mampu memperkuat *brand image* dari Mobile Legends.

Kata kunci: *Word of Mouth*, *Brand Image*, *Game Online* Mobile Legends, Generasi Milenial.

***THE EFFECT OF WORD OF MOUTH TOWARD BRAND
IMAGE GAME ONLINE MOBILE LEGENDS ON
MILLENNIAL GENERATION***

Moch Wingga Nurdiansyah

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of word of mouth on the brand image of Mobile Legends online game on Millennial generation. Word of mouth variables assesses the attractiveness of the millennial generation of Mobile Legends brand image that is measured by two dimensions in word of mouth consisting of volume and dispersion. And brand image variables measured through three dimensions, namely a corporate image, user image, and product image. This study uses a quantitative approach by spreading the questionnaire to millennials who own the Mobile Legends game application and have played Mobile Legends in the past month. Respondents were taken with convenience sampling technique as many as 100 respondents. The analytical method used is simple regression analysis using SPSS 25 IBM application. The result of simple regression analysis shows that word of mouth variable positively and significantly affect the brand image of Mobile Legends online game on millennial generation. This study concludes that by often discussing and recommending a product can make the company more recognizable and potential to strengthen the brand image of Mobile Legends.

Keywords: Word of Mouth, Brand Image, Game Online Mobile Legends, Millennial Generation.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Word of Mouth</i> (WOM)	11
2.1.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i>	11
2.1.2 Dimensi <i>Word of Mouth</i> (WOM)	12
2.2 <i>Brand Image</i>	13
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	13
2.2.2 <i>Brand</i> (Merek).....	14
2.2.3 <i>Image</i> (Citra)	14
2.2.4 Dimensi <i>Brand Image</i>	17
2.3 Generasi Milenial.....	17
2.4 Hubungan <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Image</i>	18
2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
2.6 Kerangka Pemikiran.....	20

BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Metode Penelitian	21
3.2 Desain Penelitian.....	21
3.2.1 Unit Analisis.....	22
3.2.2 Metode Sampel.....	22
3.2.3 Jumlah Sampel	22
3.3 Pengumpulan Data	23
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.4.1 Data Primer	22
3.4.1.1 Kuesioner.....	23
3.4.1.2 Metode Pengumpulan Skala Kuesioner	24
3.4.1.3 Data Sekunder	25
3.5 Variabel Penelitian dan Pengukurannya	25
3.5.1 Variabel Penelitian	25
3.5.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	26
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian.....	30
3.6.1.1 Uji Validitas	31
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.6.2 Uji Koefisien Determinasi.....	32
3.6.3 Uji Regresi Linier Sederhana	33
3.6.4 Uji Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Analisis Karakteristik Responden	36
4.2 <i>Pre-test</i> Kuesioner.....	37
4.3 Analisis Statistik	39
4.3.1 Uji Reliabilitas.....	39
4.3.2 Uji Validitas.....	40
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi	42
4.3.3.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	43
4.4 Pengujian Hipotesis.....	45

4.5 Pembahasan.....	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 *Digital In* Indonesia..... 2
Gambar 1.2 Indonesia *Games Market*..... 3
Gambar 1.3 *Top Countries by Game Revenues*..... 4
Gambar 1.4 *Top Free Games* dan *Top Grossing* di *Google Play* 5
Gambar 1.5 Akun Facebook Mobile Legends Indonesia..... 6
Gambar 1.6 Jumlah Unduhan Aplikasi Mobile Legends 8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 20

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Komentar Terhadap <i>Game Online</i> Mobile Legends	7
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.2 Koefisien Korelasi (R)	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	34
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas (N= 30 Responden)	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas (N= 100 Responden)	38
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas (N= 100 Responden)	39
Tabel 4.6 Koefisien Determinasi.....	42
Tabel 4.7 Koefisien Regresi Sederhana	43
Tabel 4.8 Nilai Signifikansi	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 2. Analisis Karakteristik Responden.....	60
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas N = 30 Responden (<i>pre-test</i>).....	61
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas N = 100 Responden.....	65
Lampiran 5. Hasil Uji Regresi	69