

**Analisis Statistik Deskriptif Komunitas dan *Word Of Mouth*
Terhadap *Purchase intention* Buku Pada Anggota Komunitas
Jakarta Book Party**

TUGAS AKHIR



WIWI HANDAYANI

1221713041

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2026**

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 : Wiwi Handayani

NIM : 1221713041

Tanda tangan : 

Tanggal : 09 Maret 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Wiwi Handayani

NIM 1221713041

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Tugas Akhir : Analisis Deskriptif Statistik Komunitas dan *Word Of Mouth* Terhadap *Purchase Intention* Buku Pada Anggota Komunitas Jakarta Book Party.

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 Ilmu Ekonomi dan Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.

Penguji 1 : Octaviniant Aspary, S.I.K., M.Si.

Penguji 2 : Suharyanti, M.S.M

11
STAMPED ON
March 10th 2026
(.....)
(.....)
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. Selaku Rektor Universitas Bakrie.
2. Dra. Uharyanti, M.S.M Selaku kepala Program Studi Ilmu komunikasi dan juga selaku dosen penguji 2 pada sidang skripsi yang telah memberikan masukan bagi penulis dari sidang seminar proposal hingga sidang akhir skripsi sehingga membantu penulis menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Miss Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan motivasi untuk membantu penulis agar menyelesaikan skripsi dengan baik, terima kasih telah menjadi dosen pembimbing yang sangat fast respon untuk penulis ketika penulis sedang mengalami kendala dan selalu memberikan saran terbaik.
4. Miss Octaviniant Aspary, S.I.K., M.Si. selaku dosen penguji 1 pada sidang skripsi yang telah memberikan masukan bagi penulis dari sidang akhir skripsi sehingga membantu penulis menyelesaikan skripsi dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih karena selama masa perkuliahan Miss Esvy telah membantu memotivasi penulis untuk terus belajar dan berkembang melalui konten Instagram pribadi maupun Wewaw.
5. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.

6. Pihak staff dan karyawan Universitas Bakrie yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu karena telah membantu penulis dalam administrasi perkuliahan, keuangan dan lain sebagainya.
7. Seluruh *Bookmates* Jakarta book Party yang telah membantu penulis dalam usaha memperoleh data yang diperlukan untuk skripsi ini dan juga doa serta dukungan yang *bookmates* berikan kepada penulis.
8. Teruntuk cinta pertama dan panutanku, Bapak Tarjono tercinta. Beliau yang dari awal tidak menyetujui penulis untuk melanjutkan Pendidikan, namun penulis tahu hal ini tidak lain karena ketakutan beliau. Terima kasih dibelakang penulis diam-diam mendukung dan mendoakan penulis. Terima kasih telah menjadi panutan penulis untuk selalu gigih dalam meraih sebuah mimpi dan memberikan penulis pelajaran yang sangat berharga tentang arti menjadi seorang perempuan yang kuat, bertanggung jawab, dan mandiri.
9. Teruntuk Ibu Ratmi, mama tercinta penulis, sosok yang luar biasa selalu hadir dalam doa, semangat dan pengorbanan tanpa henti. Terima kasih atas cinta yang luar biasa, atas air mata dan doa yang selalu menyertai setiap langkah penulis hingga sampai detik ini. Terima kasih atas segala usaha yang diam-diam mama lakukan dibelakang untuk penulis bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
10. Teruntuk saudara perempuan penulis, Kakak Dewi Nuryati dan Krisnawati, sosok luar biasa yang telah menjadi sumber harapan selama perjalanan pendidikan ini, Kakak dengan penuh keikhlasan telah membantu penulis untuk tetap makan dan tidur dengan baik. Terima kasih untuk tenaga, waktu dan materi yang diberikan selama masa Pendidikan penulis.
11. Teruntuk seluruh keluarga penulis yang telah membantu dan mendoakan penulis hingga bisa menyelesaikan pendidikan.
12. Terima kasi untuk teman-teman seperjuangan penulis selama masa kuliah Serly, Helga, Merry, Marsya, Sisil, Jatra, Fajar, Anggi, Tabitha dan Reza yang sudah menjadi teman penulis selama perkuliahan.

13. Terima kasih untuk teman-teman Asosiasi Remaja Masjid Istiqlal yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa untuk penulis. Terutama untuk teman-teman divisi Relkom yang selalu memberikan semangat dan meyakinkan penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

14. Terima kasih untuk ciwi-ciwi produksi yang sudah mendukung penulis selama mengerjakan skripsi dengan membantu meringankan pekerjaan penulis di kantor, memberikan ruangan khusus penulis untuk bisa kerja sambil mengerjakan skrip, terima kasih sudah sangat mendukung hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 09 Maret 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Wiwi Handayani', with a stylized flourish at the end.

Wiwi Handayani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangann di bawah ini:

Nama : Wiwi Handayani
NIM : 1221713041
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

Analisis Statistik Deskriptif Komunitas dan Word Of Mouth Terhadap Purchase intention Buku Pada Anggota Komunitas Jakarta Book Party

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 : 16 Maret 2026

Yang menyatakan



(Wiwi Handayani)

**Analisis Statistik Deskriptif Komunitas dan *Word Of Mouth* Terhadap
Purchase intention Buku Pada Anggota Komunitas Jakarta Book Party.**

Wiwi Handayani

ABSTRAK

Perkembangan komunitas literasi memunculkan peran sosial yang tidak hanya mendorong minat membaca, tetapi juga memengaruhi perilaku konsumsi anggotanya. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kontribusi komunitas dan Word of Mouth (WOM) terhadap *purchase intention* anggota komunitas Jakarta Book Party. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 269 anggota komunitas Jakarta Book Party. Teknik analisis data yang digunakan meliputi tabulasi frekuensi dan tabulasi silang (*crosstab*) untuk melihat distribusi dan kecenderungan hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas dan WOM memiliki kontribusi positif terhadap *purchase intention* anggota. Persepsi positif terhadap komunitas serta intensitas keikutsertaan dalam kegiatan komunitas berkorelasi dengan tingginya minat beli buku. Selain itu, WOM yang diperoleh melalui interaksi langsung dan media komunikasi komunitas turut memperkuat *purchase intention*. Berdasarkan karakteristik demografis, gender tidak menunjukkan perbedaan signifikan terhadap *purchase intention*, sementara generasi Z menjadi kelompok dominan dengan minat beli tertinggi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keterlibatan aktif dalam komunitas literasi berperan penting dalam mendorong *purchase intention* anggota Jakarta Book Party.

Kata kunci: Komunitas, Word of Mouth, *Purchase intention*, *Reading intention*.

Descriptive Statistical Analysis of the Influence of Community and Word of Mouth on Book Purchase Intention Among Members of the Jakarta Book Party Community

Wiwi Handayani

ABSTRAC

The development of literacy communities has created a social environment that not only encourages reading interest but also influences members' purchasing behavior. This study aims to describe the contribution of community and *Word of Mouth* (WOM) to the *purchase intention* of members of the Jakarta Book Party community. This research employed a quantitative descriptive method. Data were collected through questionnaires distributed to 269 members of the Jakarta Book Party community. The data were analyzed using frequency tabulation and crosstabulation to examine the distribution and tendencies between variables. The results indicate that both community involvement and WOM contribute positively to members' *purchase intention*. Positive perceptions of the community and higher participation intensity in community activities are associated with higher *purchase intention* for books. In addition, WOM delivered through direct interaction and community communication channels strengthens *purchase intention*. From a demographic perspective, gender does not show a significant difference in *purchase intention*, while Generation Z emerges as the dominant group with the highest *purchase intention*. This study concludes that active participation in a literacy community plays a significant role in fostering *purchase intention* among Jakarta Book Party members.

Keywords: Community, Word of Mouth, *Purchase intention*, *Reading intention*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRAC.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.1.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	11
2.1 Teori dan Konsep yang Relevan.....	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 <i>Uses gratification Theory</i>	14
2.1.3 Komunitas	20
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.5 <i>Word Of Mouth (WOM)</i>	25
2.1.6 <i>Purchase intention</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
2.4 Pernyataan Kebaruan	37
BAB III.....	39
3.1 Pendekatan Dan Desain Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampling	40
3.2.1 Populasi	40

3.2.2 Sampel.....	41
3.2.3 Teknik Sampling.....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.3.1 Data Primer	42
3.3.2 Data sekunder	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5. Teknik Analisis Data.....	45
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	45
3.6 Uji Keabsahan Data	49
3.6.1 Uji Validitas.....	49
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.7 Definisi dan Operasional Variabel	51
3.7.1 Variabel Komunitas	51
3.7.2 Variabel WOM	55
3.7.3 Variable <i>Purchase intention</i>	60
BAB IV	72
4.1. Gambaran Konteks Penelitian	72
4.2. Penyajian Data	74
4.2.1. Hasil Uji Keabsahan Data.....	74
4.2.2. Tabulasi Data Frekuensi.....	84
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	124
4.3.1 Gambaran Komunitas oleh Anggota Jakarta Book Party	124
4.3.2 Gambaran WOM oleh Anggota Jakarta Book Party	131
4.3.3 Gambaran <i>Purchase intention</i> oleh Anggota Jakarta Book Party.....	137
4.3.4 Peran Komunitas Terhadap <i>Purchase intention</i> Dalam Prespektif UGT.	144
4.3.5 Kontribusi Komunitas Pada <i>Purchase Intention</i> Anggota Jakarta Book Party	149
4.3.6 Kontribusi <i>Word Of Mouth</i> Pada <i>Purchase intention</i> Anggota Jakarta Book Party.	151
4.3.7 Peran Keterlibatan Komunitas Pada <i>Purchase Intention</i> Anggota Jakarta Book Party	154
4.3.8 Peran Karakteristik <i>Gender</i> Pada <i>Purchase Intention</i> Anggota Jakarta Book Party.	155
4.3.9 Peran Karakteristik <i>Generasi</i> Pada <i>Purchase intention</i> Anggota Jakarta Book Party.	157
4.3.10 Bentuk <i>Reading Intention</i> Pada Anggota Jakarta Book Party.....	160

BAB V.....	163
5.1 Kesimpulan.....	163
5.2 Kendala dan keterbatasan.....	166
5.2.1 Keterbatasan Penelitian	166
5.2.2 Kendala.....	167
5.3 Saran dan Implikasi	167
5.3.1 Saran Akademis	167
5.3.2 Saran Praktis.....	167
DAFTAR PUSTAKA.....	169

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel Komunitas	52
Tabel 3.2 Operasional Variabel Word Of Mouth	55
Tabel 3.3 Operasional Variabel Purchase intention	60
Tabel 3.4 Hasil Uji Coba Validitas Komunitas	65
Tabel 3. 5 Hasil Uji Coba Validitas Word Of Mouth	66
Tabel 3. 6 Hasil Uji Coba Validitas Purchase intention.....	68
Tabel 3. 7 Hasil Uji Coba Reliabilitas.....	71
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Komunitas (X1)	74
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Word Of Mouth (X2).....	76
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Purchase intention (Y)	78
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden	82
Tabel 4. 6 Tabulasi Data Frekuensi Variabel Komunitas	84
Tabel 4. 7 Tabel Data Frekuensi Dimensi Membership.....	85
Tabel 4. 8 Tabel tabulasi Data Frekuensi Dimensi Influence	88
Tabel 4. 9 Tabel Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Integration and Fulfillment of Needs	90
Tabel 4. 10 Tabel Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Shared Emotional Connection (Keterikatan Emosional Bersama)	92
Tabel 4. 11 Tabulasi Data Frekuensi Variabel Word Of Mouth	93
Tabel 4. 12 Tabel Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Talkers	95
Tabel 4. 13 Tabel Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Tools	97
Tabel 4. 14 Tabel Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Topic.....	100
Tabel 4. 15 Tabel Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Talking part	102
Tabel 4. 16 Tabel Tabulasi Data Frekuensi Variabel Purchase intention	104
Tabel 4. 17 Tabel Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Attention (Perhatian)	106
Tabel 4. 18 Tabel Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Interest (Minat)	108
Tabel 4. 19 Tabel Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Decision (Keputusan)	112
Tabel 4. 20 Tabel Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Action (Tindakan).....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kegiatan Diskusi buku Jakarta Book Party	5
Gambar 1.2 Percakapan Bookmates rekomendasi buku	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4. 1 Kegiatan sharing session para bookmates	73
Gambar 4. 2 Kegiatan silent reading saat kegiatan Jakarta Book Party	73
Gambar 4. 3 Tabulasi Data Frekuensi Variabel Komunitas	85
Gambar 4. 4 Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Membership	87
Gambar 4. 5 Tabulasi Data frekuensi Dimensi Influence	89
Gambar 4. 6 Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Integration and Fulfillment of Needs	91
Gambar 4. 7 Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Shared Emotional Connection (Keterikatan Emosional Bersama)	93
Gambar 4. 8 Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Shared Emotional Connection (Keterikatan Emosional Bersama)	94
Gambar 4. 9 Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Talkers	96
Gambar 4. 10 Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Tools	99
Gambar 4. 11 Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Topic	101
Gambar 4. 12 Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Talking part	103
Gambar 4. 13 Tabulasi Data Frekuensi Variabel Purchase intention	105
Gambar 4. 14 Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Attention (Perhatian)	107
Gambar 4. 15 Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Interest (Minat)	109
Gambar 4. 16 Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Desire (Keinginan)	111
Gambar 4. 17 Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Decision (Keputusan)	113
Gambar 4. 18 Tabulasi Data Frekuensi Dimensi Action (Tindakan)	115
Gambar 4. 19 Hasil Uji Crosstabulation Komunitas pada Purchase intention	118
Gambar 4. 20 Hasil Uji Crosstabulation Word Of Mouth pada Purchase Intention	119
Gambar 4. 21 Hasil Uji Crosstabulation Jumlah Keterlibatan Komunitas pada Purchase intention	121
Gambar 4. 22 Hasil Uji Crosstabulation Jenis Kelamin pada Purchase intention	122
Gambar 4. 23 Hasil Uji Crosstabulation Jenis Kelamin pada Purchase intention	123
Gambar 4. 24 Hasil Uji Crosstabulation Reading Intention pada Komunitas	124
Gambar 4. 25 Postingan Kegiatan Komunitas Jakarta Book Party	127
Gambar 4. 26 Permintaan Rekomendasi Anggota Komunitas Jakarta Book Party Di Group Whatsapp	142
Gambar 4. 27 Pertimbangan Rekomendasi Anggota Komunitas Jakarta Book Party Di Group Whatsapp	143