

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat anugerah dan perlindungan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Word Of Mouth* Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Roti Gempol Bandung”**

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi. Skripsi ini disusun berdasarkan data yang sesungguhnya yang mana penulis dapatkan selama melaksanakan penelitian di Kedai Roti Gempol, Jl. Gempol Wetan No.14, Bandung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang turut mendukung serta memberikan bantuan baik berupa materi maupun doa selama proses penyusunan skripsi. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Jafar Sembiring, M.Ed.M selaku dekan di Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
2. Ibu Ade Irma Susanty, Ph.D, Ir. Syarifuddin, MM selaku wakil dekan I dan wakil dekan II di Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
3. Ibu Rah Utami Nugrahani S.Sos, MBA selaku kaprodi di Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
4. Ibu Endri Listiani, S.Ip., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kesediaan, waktu, ilmu dan bimbingannya kepada penulis sampai selesainya skripsi ini.
5. Ibu Ratih Hasanah Sudrajat, S.Sos, M.Si dan Sekar Arum Mandalia S.Sos, M.Si selaku dosen penguji I dan dosen penguji II.
6. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staff pegawai Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom yang telah banyak membantu, mendidik, dan membimbing penulis selama masa perkuliahan.
7. Ayah tercinta, Dachlan Sipahutar, SH, MH yang telah berhasil mendidik dan selalu memberi dukungan materiil dan moril kepada penulis.
8. Ibu penulis, Rumintan Theodora Sinaga, SH yang telah menjadi ibu, sahabat yang setia mendengarkan, berbagi ilmu dan kasih dalam pengabdianya yang tak pernah usai.
9. Kedua kakak dan seorang adik penulis, Ruth Indah Febrianti Sipahutar, Caroline Simon Sipahutar dan Yosua Sandro Sipahutar, yang setia mendoakan, mendukung dan memberi bantuan selama penyusunan skripsi ini.
10. Keluarga Sipahutar dan Sinaga yang setia memberikan dukungan moril dan tidak berhenti berdoa untuk kesuksesan penelitian ini.
11. Ibu Loan selaku pemilik dari Kedai Roti Gempol dan Dion selaku kaki tangan dari Ibu Loan dalam menyampaikan informasi mengenai Kedai Roti Gempol kepada penulis.

12. Sahabat terdekat yaitu Azalia Ririn, Liddy Ganda Asmara, Angelica Siahaan, Stevy Anastasia, Lidia Sihombing, dan Feni yang telah membantu doa dan memberikan semangat dalam penyusunan Skripsi ini.
13. Serta seluruh pihak dengan tidak mengurangi rasa hormat yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat penulis harapkan. Penulis juga berharap semoga penelitian yang memuat pengalaman dan pengetahuan yang didapatkan selama penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa/i Telkom Economics and Business School.

Bandung, 11 September 2014

Penulis

Anggi Dameria Narulita Sipahutar

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Akademis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
1.5 Tahapan Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Tinjauan Teori .....	17
2.2.1 Pemasaran .....	17
2.2.2 Promosi .....	18
2.2.3 <i>Word Of Mouth</i> .....	20
2.2.4 Minat Beli .....	24

2.2.4.1	Pengertian Minat Beli .....	24
2.2.4.2	Pembentukan Minat Beli .....	25
2.3	Hipotesis .....	26
2.4	Kerangka Pemikiran .....	26
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	29
3.2	Metode Penelitian .....	29
3.3	Objek Penelitian .....	30
3.3.1	Visi dan Misi .....	31
3.4	Definisi Konsep .....	31
3.5	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	33
3.5.1	Operasional Variabel .....	33
3.5.2	Skala Pengukuran .....	33
3.6	Populasi dan Sampel .....	35
3.6.1	Populasi .....	35
3.6.2	Sampel .....	35
3.6.3	Teknik Sampling .....	35
3.7	Pengumpulan Data .....	36
3.7.1	Jenis Data .....	36
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
3.8.1	Uji Validitas .....	37
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	37
3.9	Teknik Analisis Data .....	38
3.9.1	Statistik Deskriptif .....	38
3.9.2	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....	40

3.9.3	Koefisien Determinasi .....	41
3.9.4	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	41
3.9.5	Uji Hipotesis .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>44</b>
4.1	<i>Screening Question</i> dan Karakteristik Responden .....	44
4.1.1	<i>Screening Question</i> .....	44
4.1.2	Karakteristik Responden .....	45
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
4.2	Hasil Penelitian Kuesioner .....	48
4.2.1	Analisis <i>Word Of Mouth</i> (Variabel X) Menurut Tanggapan Responden .....	48
4.2.1.1	Dimensi <i>Talkers</i> .....	48
4.2.1.2	Dimensi <i>Topics</i> .....	52
4.2.1.3	Dimensi <i>Tools</i> .....	54
4.2.1.4	Dimensi <i>Taking Part</i> .....	56
4.2.1.5	Dimensi <i>Tracking</i> .....	58
4.2.2	Analisis Minat Beli Konsumen (Variabel Y) Menurut Tanggapan Responden .....	59
4.2.2.1	Dimensi <i>Awareness</i> .....	59
4.2.2.2	Dimensi <i>Knowledge</i> .....	60
4.2.2.3	Dimensi <i>Liking</i> .....	63
4.2.2.4	Dimensi <i>Preference</i> .....	65
4.3	Hasil Penghitungan Data .....	67
4.3.1	Hasil Hitung Variabel X ( <i>Word of Mouth</i> ) .....	67
4.3.2	Hasil Hitung Variabel Y (Minat Beli Konsumen) .....	74

4.3.4 Pengujian Hipotesis .....	80
4.3.4 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	81
4.3.5 Korelasi .....	82
4.3.6 Koefisien Determinasi .....	82
4.3.7 Pengujian Hipotesis .....	83
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Saran .....	88
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan (Kedai Roti Gempol) .....	88
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>93</b>