

**PENGARUH IKLAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI
KARTU PERDANA TELKOMSEL
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

CANDY RACHMAT SUSANTO

NPM: 14420041

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2018

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **CANDY RACHMAT SUSANTO**

NPM : **14420041**

Alamat : **JL. MANUKAN LOR 2D / 12**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Fakultas : **EKONOMI DAN BISNIS**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“PENGARUH IKLAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI KARTU PERDANA TELKOMSEL (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)” Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 18 Juni 2019

Yang membuat pernyataan,



(CANDY RACHMAT S)

NPM : 14420041

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI KARTU

PERDANA TELKOMSEL

**(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

Diajukan Oleh :

**Candy Rachmat Susanto
NPM : 14420041**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Magbulla Arochman, SE. M.Ak.

Tanggal, 18-06-2019

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.

Tanggal, 19-06-2019

SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI
KARTU PERDANA TELKOMSEL
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

Diajukan Oleh :

Candy Rachmat Susanto
NPM : 14420041

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Maqbula Arochman, SE., M.Ak

Anggota Dewan Penguji Lain



Matheous Tamonsang, SE., M.Si



Wiwik Herawati, SE., MM

**Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Tanggal...25...07...2019**



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Syukur Allhamdulillah, berkat rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan melalui proses pembelajaran yang cukup lama dengan banyak mengalami kendala, hambatan dan tentu saja pengalaman yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang selalu memberi petunjuk, membantu penulis sehingga hambatan dan kendala dapat terlewati dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan juga ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL.,(K) selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gumanto .G. MM, M.AkSelaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Siselaku Ketua Program Studi Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Maqbula Arochman, SE, M.Ak selaku dosen wali.

5. Ibu Maqbula Arochman, SE, M.Ak selaku dosen pembimbing penyusunan skripsi.
6. Ayah dan Ibu saya yang selama ini mendoakan saya agar cepat selesai dalam menempuh kuliah. Berkat do'a dan kasih sayang merekalah yang selalu membangkitkan harapan si penulis, betapa aku inginkan mempersembahkan yang terbaik atas semua perjuangan yang engkau lakukan untuk cita-cita dan masa depanku”.
7. Adikku (Gaby Pranata Susanto) yang selalu memberi semangat dan mendoakan supaya cepat selesai dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Izzatul Aini yang selama ini sudah mensupport dan mengingatkanku buat menyelesaikan atau mengerjakan skripsi ini.
9. Dan Adeline, Ananda, Nanda, Inggrit, Apri, Ifan yang selama ini selalu memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
10. Buat teman-temanku yang belum menempuh atau menyelesaikan skripsinya mudah-mudahan diberi kelancaran buat mengerjakan atau menyelesaikan skripsinya.

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penulisan.

Surabaya, 18 Juni 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Pernyataan Bebas Plagiat.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Susunan Dewan Penguji	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstraksi	xv
Abstraction	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	8
-------------------------	---

2.1.1 Pemasaran	8
2.1.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.1.2 Konsep Pemasaran	9
2.1.1.3 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.2 Iklan	13
2.1.2.1 Pengertian Iklan	13
2.1.2.2 Atribut iklan	14
2.1.2.3 Tujuan Iklan	15
2.1.2.4 Menetapkan Anggaran Iklan	16
2.1.2.5 Fungsi Iklan	17
2.1.2.6 Jenis-Jenis Iklan	19
2.1.2.7 Keputusan Periklanan	22
2.1.2.8 Indikator Iklan.....	23
2.1.3 <i>Word of Mouth</i>	24
2.1.3.1. Pengertian <i>Word of Mouth</i>	24
2.1.3.2. Jenis-Jenis <i>Word Of Mouth</i>	24
2.1.3.3. Tingkatan <i>Word of Mouth</i>	25
2.1.3.4 WOM Dapat Menjadi Sumber Informasi	25
2.1.3.5 Indikator WOM	26
2.1.4. Minat Beli	26
2.1.4.1. Pengertian Minat Beli	26
2.1.4.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	28
2.1.4.3. Indikator Minat Beli	29

2.2	Hubungan Antar Variabel	29
	2.2.1 Hubungan Iklan Terhadap Minat Beli	29
	2.2.2 Hubungan <i>Word Of Mouth</i> (WOM) Terhadap Minat Beli	30
2.3	Penelitian Sebelumnya.....	30
2.4	Model Analisis dan Hipotesis	31
	2.4.1 Model Analisis	31
	2.4.2 Hipotesis Penelitian	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Pendekatan Penelitian	33
3.2	Populasi dan Sampel.....	33
	3.2.1 Populasi	33
	3.2.2 Sampel	33
3.3	Identifikasi Variabel	34
3.4	Definisi Operasional Variabel	35
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	36
	3.5.1. Jenis Data.....	36
	3.5.2. Sumber Data	37
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	37
3.7	Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	38
3.8	Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	39
3.9	Uji Hipotesis	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	44
4.1.1	Sejarah Perusahaan	44
4.2	Deskripsi Identitas Responden	45
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	46
4.4	Deskripsi Variabel Penelitian	47
4.4.1.	Deskripsi Variabel Iklan (X_1)	47
4.4.2	Deskripsi Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X_2)	47
4.4.3	Deskripsi Variabel Minat Beli(Y)	48
4.5	Hasil Analisis Data	49
4.5.1	Hasil Pengujian Validitas	49
4.5.2	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	50
4.5.3	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	51
4.5.4	Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	52
4.5.5	Hasil Pengujian Hipotesis.....	53
4.5.5.1	Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	53
4.5.5.2	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	54
4.5.6	Hasil Pengujian Hipotesa 3.....	57
4.6	Pembahasan	57

BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

5.1	Simpulan.....	61
5.2	Saran	62
5.3	Keterbatasan	62

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	31
Tabel 4.1	Data Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	Data Identitas Responden Mengenai Usia	45
Tabel 4.3	Kategori Mean Masing-masing Variabel	47
Tabel 4.4	Jawaban Responden Mengenai Variabel Iklan (X_1)	47
Tabel 4.5	Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X_2)	48
Tabel 4.6	Jawaban Responden Mengenai Variabel Minat Beli(Y)	48
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas Variabel Iklan (X_1)	49
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X_2)	49
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Beli (Y),	50
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Reliabilitas	51
Tabel 4.11	Hasil Analisis Uji F	53
Tabel 4.12	Hasil Analisis Uji t	55
Tabel 4.13	Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis.....	31
Gambar 3.1 Kurva Distribusi F.....	41
Gambar 3.2 Kurva Distribusi t.....	43
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Uji F.....	54
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Iklan (X_1) Terhadap Minat Beli (Y)	55
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> (X_2) Terhadap Minat Beli (Y)	56

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : In Put SPSS
- Lampiran 3 : Out Put SPSS
- Lampiran 4 : Tabel F dan Tabel t

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh iklan dan *word of mouth* secara simultan dan parsial terhadap minat beli kartu perdana Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah iklan dan *word of mouth*. Sedangkan variabel terikat adalah minat beli kartu perdana Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 94 orang. Uji Hipotesa dengan melakukan analisa regresi linier berganda. Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel, hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi $< 0,000$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan “iklan dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli kartu perdana Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)” dapat didukung kebenarannya. Hasil uji t menunjukkan masing-masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan “iklan dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli kartu perdana Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)” dapat didukung kebenarannya. Diantara iklan dan *word of mouth* yang berpengaruh dominan terhadap minat beli kartu perdana Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya) adalah variabel *word of mouth*

Kata Kunci : Iklan, Word Of Mouth Dan Minat Beli

ABSTRACTION

The purpose of this study was to examine the effect of advertising and word of mouth simultaneously and partially on the interest in buying Telkomsel starter cards (Study of Students of the Faculty of Economics and Business, University of Wijaya Kusuma Surabaya). The independent variables in this study are advertising and word of mouth. While the dependent variable is the interest in buying Telkomsel starter cards (Study of Students of the Faculty of Economics and Business, University of Wijaya Kusuma Surabaya). In this study, the determination of samples was carried out by a purposive sampling procedure. The sample used was 94 people. Hypothesis Test by performing multiple linear regression analysis. Before hypothesis testing is carried out test reliability and validity. The result is all valid and reliable variables, the F test results show $F_{count} > F_{table}$ with significance $< 0,000$. Thus the hypothesis which states that "advertising and word of mouth simultaneously have a significant effect on the buying interest of Telkomsel starter cards (Studies in Students of the Faculty of Economics and Business, University of Wijaya Kusuma Surabaya)" can be supported by the truth. The results of the t test show each variable with a significance smaller than 0.05. Thus the hypothesis which states "advertising and word of mouth have a significant effect on buying interest in Telkomsel starter cards (Studies in Students of the Faculty of Economics and Business, University of Wijaya Kusuma Surabaya)" can be supported by the truth. Between advertisements and word of mouth that have a dominant influence on buying interest in Telkomsel starter cards (Studies in Students of the Faculty of Economics and Business, University of Wijaya Kusuma Surabaya) are word of mouth variables.

Keywords: Advertisements, Word Of Mouth And Buying Interests