



**EFEK *WORDS OF MOUTH* TERHADAP SIKAP DAN  
KEMUNGKINAN MEMBELI**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

**JOKO SUGIARTO**

**20020410190**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

SKRIPSI  
EFEK *WORDS OF MOUTH* TERHADAP SIKAP DAN  
KEMUNGKINAN MEMBELI



Diajukan oleh

JOKO SUGIARTO  
20020410190

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing :

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Tri Marvati", written over a horizontal line.

Dra. Tri Marvati, MM  
NIK:143 028

Tanggal 21-5-2008

**SKRIPSI**  
**EFEK WORDS OF MOUTH TERHADAP SIKAP DAN KEMUNGKINAN**  
**MEMBELI**

Diajukan oleh

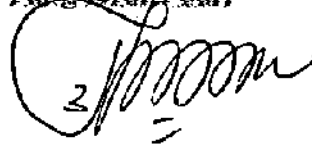
**JOKO SUGIARTO**

**20020410190**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 24 Juni 2008

Yang terdiri dari

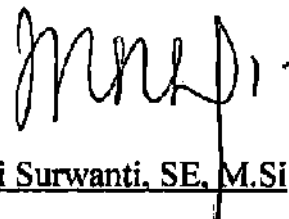


**Dra. Tri Maryati, MM**

**Ketua Tim Penguji**



**Sutrisno Wibowo, SE, MM**



**Arni Surwanti, SE, M.Si**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 21 Mei 2008

Joko Sugiarto

## MOTTO

- ❖ TELAH BANYAK KUTEMUI BERBAGAI ORANG DIDUNIA INI, TAPI  
TAK ADA YANG SEHEBAT AYAH DAN IBUKU..... BILA KELAK AKU  
BERHASIL, ITU BERKAT MEREKA.
- ❖ HIDUP ADALAH PERBUATAN
- ❖ HANYA PENDERITAAN HIDUP YANG MENGAJARKAN MANUSIA  
IKHTIV MENCIHADAT KEDALUAGTAN DAN KEDATKAN LITNID

## PERSEMBAHAN

- *Thanks for my God* Alloh swt yang tidak pernah meninggalkanku, atas karunia\_Mu dan kehendak\_Mu lah aku bisa menyelesaikan skripsiku ini.
- Untuk *my family* yang tak hentinya mendoakan keberhasilanku, buat Bapak, Ibu, dan adikku (Kukuh ma Oka) yang tercinta, semua tidak ada artinya tanpa kalian disisiku.
- Buat keluarga besarku terima kasih atas support dan doanya.
- *Special for my true love AnNAe "u r the best ever i have had"*
- Temen-temen *APACHE kost* (Toro hambrenng, Rio iteng, Pro Lonboz, simbah, Beni, Achong, Didots) and *my best pren* Zibaz ma Jock kafe *I will remember u.*
- Kawan-kawan *KHOCLOX speed* sukses semua yooooo.....
- Motorku *Crypton, Supra, and Tiger* , thanks banget telah setia menemaniku muter muter ~~ngalah ngidul ngotem ngulaw ngaww AD~~

## INTISARI

Komunikasi dari mulut ke mulut (WOM) mempunyai pengaruh yang substansial terhadap keputusan pembelian konsumen. Literatur pemasaran menyimpulkan bahwa penting sekali bagi perusahaan untuk selalu berhati-hati terhadap WOM negatif terhadap produknya. Tujuan penelitian adalah untuk menemukan bukti apakah WOM mempunyai efek yang signifikan terhadap sikap dan kemungkinan membeli konsumen. Untuk menguji penelitian data diperoleh dari seratus empat pelajar SMUN 2 Wonosobo, mereka dikelompokkan kedalam tiga kelompok masing-masing berjumlah WOM positif 35 orang, WOM kontrol 33 orang, dan WOM negatif 36 orang. Uji analisa penelitian menggunakan *One-way Anova*. Hasil dari penelitian diperoleh indikasi bahwa WOM baik positif maupun negatif, mempengaruhi sikap dan kemungkinan membeli. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa WOM negatif lebih kuat pengaruhnya dibanding WOM positif.

Kata kunci : Komunikasi dari mulut ke mulut (WOM), Sikap, Kemungkinan membeli

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Alloh SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul "*Efek Word of Mouth* terhadap Sikap dan Kemungkinan Membeli".

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan Perusahaan dalam menciptakan produk baru dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi .
2. Ibu Dra. Tri Maryati MM, yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Ayah dan ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini



Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diharapkan untuk ke dalam karya tulis dengan topik ini

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar belakang masalah .....	1
B. Rumusan Masalah penelitian .....	3
C. Tujuan penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
A. Landasan Teori .....	6

1. Pengertian pemasaran.....	6
2. Perilaku konsumen .....	9
a. Faktor budaya .....	9
b. Faktor sosial .....	10
c. Faktor pribadi. ....	10
d. Faktor psikologis.....	11
3. Sikap konsumen .....	12
a. Komponen kognitif . ....	12
b. komponen afektif . ....	13
c. komponen konatif.....	13
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat pembelian .....	13
a. Faktor sikap orang lain.....	13
b. Faktor situasional yang tidak diantisipasi .....	14
B. Hasil penelitian terdahulu. ....	14
C. Hipotesis penelitian .....	15
D. Model penelitian .....	15

**BAB III METODE PENELITIAN .....** 17

A. Subjek dan objek penelitian .....	17
B. Pengambilan Sampel.....	17
C. Data penelitian .....	17
1. Jenis data .....	17
2. Teknik pengumpulan data .....	17

D. Definisi operasional variabel dan skala pengukuran.....	19
E. Uji kualitas instrumen .....	23
a. Uji validitas .....	23
b. Uji reliabilitas.....	23
F. Analisis Data dan Uji hipotesis.....	23
1. Analisis Deskriptif .....	23
2. Uji anova .....	24

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....** 25

A. Deskriptif responden .....	25
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	26
1. Uji Validitas .....	26
2. Uji Reliabilitas .....	26
3. Hasil uji normalitas.....	27
C. Hasil penelitian.....	28
1. Deskriptif statistik .....	28
2. Homogeneity varians.....	30
3. Anova .....	31
4. Post hoc test.....	32
5. Homogeneous subsets.....	34
D. Pembahasan .....	35

<b>BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN .....</b>	<b>38</b>
<b>A. Simpulan .....</b>	<b>38</b>
<b>B. Keterbatasan.....</b>	<b>38</b>
<b>C. Saran</b>	<b>38</b>

## DAFTAR TABEL

4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok WOM.....	25
4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	26
4.3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	27
4.4. Hasil Uji Normalitas.....	27
4.5. Skor Rata- Rata Variabel Pengukuran Sikap.....	28
4.6. Skor Rata-rata Pengukuran Setiap Gabungan .....	29
4.7. Skor Rata-rata Kemungkinan Membeli.....	30
4.8. Tes Homogenitas Varians.....	30
4.9. Hasil Uji Anova.....	31
4.10. Perbedaan Rata-rata Kelompok Positif dan Negatif Dengan Kelompok Kontrol...	32
4.11. Homogeneous Subjects.....	34