

**ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN ICE CREAM MERK AICE
(Studi kasus pada masyarakat umum khususnya di wilayah Surakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:
Afif Nashir Ar-Rafi
B 100 130 234

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN ICE CREAM MERK AICE**
(Studi kasus pada masyarakat umum khususnya di wilayah Surakarta)

Yang disusun oleh:

Afif Nashir Ar-Rafi

B 100 130 234

Disetujui Untuk Dipertahankan Di Hadapan Panitia Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Surakarta, 8 Juni 2017

Pembimbing Utama

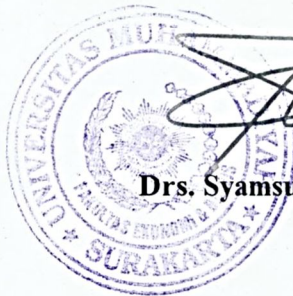
(Dr. Anton Agus S., S.E, Msi)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta


Drs. Syamsudin, M.M.



HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN ICE CREAM MERK AICE
(Studi Kasus Pada Masyarakat Umum Khususnya di Wilayah Surakarta)**

Oleh:

Afif Nashir Ar-Rafi

B 100 130 234

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada hari : 8 Juni 2017

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan dewan penguji

1. Drs. Wiyadi, MM,Ph.D
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Anton Agus Setyawan,SE,Msi
(Sekretaris Dewan Penguji)
3. Dra. Chuzaimah, MM
(Anggota Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta


Dr. Syamsudin,M.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta- 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **AFIF NASHIR AR-RAFI**
NIRM : **B 100 130 234**
Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ICE
CREAM MERK AICE**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 8 Juni 2017
Yang mem

(Afif Nasir)


MOTTO

“Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik.”

(Evelyn Underhill)

“Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah.”

(Lessing)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan?”

(Q.S. Ar-Rahman: 13)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alam, sebagai ungkapan rasa syukur dan terimakasih dengan kerendahan hati skripsi ini penulis persembahkan kepada:

- Allah SWT, yang memberikan hidup, menjadikan tujuan hidupku, dan tempatku kembali nanti. Serta Rasulullah SAW yang telah memberikan ajaran dan tuntunan kepada kita semua.
- Ibu dan Bapak selaku orang tua tercinta yang telah memberikan dorongan motivasi, doa, dukungan moral dan materi, kasih sayang, cinta, pengorbanan, dan kebahagiaan yang begitu besar sehingga ananda dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., Msi selaku pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing saya menyelesaikan skripsi ini.
- Seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan serta doa terbaik untukku.
- Sahabat seperjuanganku Norman Dwi Prasetyo, Venny Pradana, Susi Handayani, Desi Saraswati, Aditya Gunawan, Bagus Panuntun Hariyadi, Mardiyand Yudha Pratama, Pigy Ardiansyah, Candra Ciptaningtyas yang selalu bersama mencapai kesuksesan.
- Sahabat spesial Indri Novita Sari yang selalu memberikan support dan menemani.
- Kakak-kakak di Teater Ngirit Lahan Nur Setyawan, Tri Cahyo Saputro, Basit Kamiludin, Kukuh Aru Prasetya, Rizkia Juli Astuti, Ike Nurjanah, Riskiana dan seluruh keluarga besar Teater Ngirit yang telah mendukung untuk menyelesaikan skripsi.

Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ICE CREAM MERK AICE (Studi kasus pada masyarakat umum khususnya di wilayah Surakarta)

Oleh:
Afif Nashir Ar-Rafi
B 100130234

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli konsumen pada *ice cream* merk AICE. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 150 konsumen yang berdomisili di Surakarta dengan menggunakan metode *non-probability sampling* serta teknik *purposive*. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang diisi langsung oleh responden yaitu para konsumen *ice cream* merk AICE.

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 20 dalam analisis regresi linear berganda diketahui bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil uji t dari *word of mouth* sig. < 0.05, secara parsial variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen diterima. Hasil uji f menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel dependen diterima. Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa *word of mouth* mampu mempengaruhi minat beli ice cream merk AICE sebesar 39.9% dan sisanya 60.1% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain diluar model.

Kata kunci: *Word of Mouth*, Minat Beli

ABSTRACTION

The objective of this research is to analyze the effect of word of mouth on Consumer Purchase Intention at AICE ice cream brand. This research applied quantitative approach. The sample of this research is 150 consumers who are domiciled in Surakarta, collected using non-probability sampling and purposive technique. This research instrument uses a questionnaire that filled directly by the respondents, the consumer of AICE ice cream brand.

The test in this study using SPSS version 20. In a linear multiple regression analysis, known that the variable word of mouth has positive significant effect on Consumer Purchase Intention. T test result of the word of mouth obtained $\text{sig.} < 0.05$, partially independent variables positive effect on the dependent variable is received. F test showed that all variables independently has positive effect on the dependent variable was received. Determination of coefficient (R^2) shows that word of mouth were able to influence the purchase intention at AICE ice cream brand by 39.9% and the remaining 60.1% explained by factor or other variable outside of the model.

Keywords: Word of Mouth, Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul:

“ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ICE CREAM MERK AICE”

(Studi kasus pada masyarakat umum khususnya di wilayah Surakarta)

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan sehingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Drs. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus S., S.E., Msi. selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
3. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
4. Ayah dan Ibu tercinta yang telah memberikan dorongan baik moral maupun materi. Terima kasih untuk semua motivasi, bimbingan, dan pengorbanan yang telah kalian lakukan.
5. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 8 Juni 2017

Penulis

AFIF NASHIR AR-RAFI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 8
A. Landasan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu	11

	C. Pengembangan Hipotesis	13
	D. Kerangka Pemikiran.....	13
BAB III	METODE PENELITIAN.....	15
	A. Jenis Penelitian	15
	B. Populasi dan Sampel	15
	C. Teknik Pengumpulan Data	17
	D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	17
	E. Data dan Sumber Data	19
	F. Metode Analisis Data.....	20
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	26
	A. Diskripsi Data.....	26
	B. Analisis Data dan Pembahasan.....	27
	C. Pembahasan.....	38
BAB V	PENUTUP.....	41
	A. Kesimpulan.....	41
	B. Keterbatasan Penelitian.....	41
	C. Saran	42

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Diskripsi Responden Jenis Kelamin.....	26
Tabel 4.2 Diskripsi Responden Usia.....	27
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i>	28
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Minat Beli.....	29
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	30
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	31
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	32
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Berganda	33
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	34
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	35
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	37

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar Kerangka Pemikiran	14
Gambar Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho	36