



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Pengaruh *Word of Mouth (WOM)* terhadap Keputusan
Pembelian *Consumer* di Rental *PS Skip and Play***

Skripsi

Oleh

Maria Cindy Dewinda

2014320083

Bandung

2018

No. Kode	: AB DEW P/18
Tanggal	: 18 Januari 2019
No. Ind.	: 8308 - FISIP / SKP. 36905
Divisi	:
Hadiah / Bell	:
Dari	: FISIP



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Pengaruh *Word of Mouth (WOM)* terhadap Keputusan
Pembelian *Consumer* di Rental *PS Skip and Play***

Skripsi

Oleh

Maria Cindy Dewinda

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

Bandung

2018



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis




Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Maria Cindy Dewinda
Nomor Pokok : 2014320083
Judul : Pengaruh *Word of Mouth (WOM)* terhadap Keputusan Pembelian *Consumer* di Rental *PS Skip and Play*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 04 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: 


Sekretaris

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

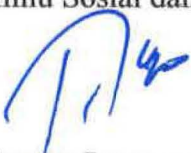
: 

Anggota

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Maria Cindy Dewinda

NPM : 2014320083

Jurusan/ Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh *Word of Mouth (WOM)* terhadap Keputusan Pembelian *Consumer* di Rental *PS Skip and Play*.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 08 Juli 2018



Maria Cindy Dewinda



ABSTRAK

Nama : Maria Cindy Dewinda
NPM : 2014320083
Judul : Pengaruh *Word of Mouth (WOM)* terhadap Keputusan Pembelian *Consumer* di Rental *PS Skip and Play*

Tempat yang nyaman dan fasilitas yang memadai menjadi kebutuhan masyarakat pada umumnya. Hal ini dirasakan ketika konsumen sedang mengalami kondisi aktivitas yang tidak terlalu padat dan menyebabkan mereka ingin bersantai di suatu tempat yang tepat. Tempat yang tepat dijadikan pilihan suluh satunya adalah rental *PS*. Banyak munculnya pesaing-pesaing baru yang bergerak dalam bidang yang sama membuat persaingan di dalam pasar menjadi lebih ketat. Para pengusaha rental *PS* membutuhkan kreativitas untuk dapat menarik konsumen melakukan keputusan pembelian agar usahanya tetap bertahan dalam pasar. Salah satu rental yang mengedepankan kenyamanan konsumennya adalah rental *PS Skip and Play*.

Penelitian yang peneliti lakukan ini bersifat kuantitatif, analisa data menggunakan *SPSS* sehingga hasilnya digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel yang diteliti yaitu *Word of Mouth (WOM)* terhadap keputusan pembelian *consumer* di rental *PS Skip and Play* serta untuk melihat keefektivan strategi pemasaran tersebut untuk tujuan jangka panjang perusahaan.

Hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Word of Mouth (WOM)* yang digunakan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *consumer*, hal ini dikarenakan *game* yang disediakan rental tersebut dan promosi yang digencarkan kurang menarik perhatian *consumer* dan strategi pemasaran dengan cara *WOM* sebagai tujuan jangka panjang juga perlu diubah agar dapat meningkatkan keputusan pembelian di masa depan.

Kata kunci: *Word of Mouth, WOM, keputusan pembelian konsumen, consumer*



ABSTRACT

Nama : Maria Cindy Dewinda
Identification Number : 2014320083
Judul : *The Influence of Word of Mouth (WOM) on Consumer Purchase Decisions on Skip and Play PS Rental*

A comfortable place and adequate facilities become the needs of society in general. This is felt when consumers are experiencing a condition of activity that is not too dense and to relax them at particular places including Play Station rental. PS rental entrepreneurs need to be creative to attract consumers to make purchasing decisions therefore their business can be survive in the market. One rental that emphasizes consumer convenience is Skip and Play PS rental.

In this quantitative research data analysis used is SPSS to see the effect of the variables namely Word of Mouth (WOM) on consumer purchasing decisions at the Skip and Play PS rental as well as to see the effectiveness of these marketing strategies for long-term company.

The results of the analysis and discussion in this study indicate that Word of Mouth (WOM) used does not give a significant influence on consumer purchasing decisions, this is because the game that is served at the rental and promotions need to be change in order to improve future purchasing decisions.

Keywords: Word of Mouth, WOM, consumer purchase decisions, consumer



Kata Pengantar

Puji syukur yang sebesar-besarnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth (WOM)* terhadap Keputusan Pembelian *Consumer* di Rental *PS Skip and Play*”. Adapun penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam kesempatan kali ini, peneliti hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga tercinta. Mama, Papa, Mas Ryan, Mba Jesy, dan juga Mba Mar yang secara langsung maupun tidak langsung selalu mendukung peneliti dalam proses perkuliahan maupun proses pengerjaan skripsi ini.
2. Teodorus Gun Juan yang selalu mendukung dan membantu peneliti setiap waktu tanpa mengenal lelah dan tanpa mengeluh sedikit pun, terima kasih.
3. Teman-teman seperjuangan, Kevin Tanu, Alvie, Darien, Ivan. Terima kasih karena selalu mendukung peneliti baik dari segi moral maupun emosi agar peneliti selalu dapat menjaga semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Kepada para pendiri (*founder*) rental *PS Skip and Play*, Fazli, Irfan Mirza, Agung Hendra. Peneliti mengucapkan terima kasih banyak atas bantuannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sedemikian rupa.

5. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku Dosen Pembimbing.
6. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim. Dra., M.Si dan Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
7. Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
8. Teman-teman yang peneliti sayangi, Devina Ruth, Patricia Niken, Bellamaya, Anastasia Thomas, Nadia Putri, Agatha Hanna, Arman Lombu, Daniel Andersen, Nurul Aprilliany, Paskalis Marvin, Coki Sinaga, Ansella Yerikha, terima kasih karena kalian telah memberikan semangat positif untuk peneliti agar selalu pantang menyerah dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Kus, Ika, Vane, Monic, Rere, Sam, Ronal. Peneliti berterima kasih karena kalian telah banyak membantu peneliti selama masa perkuliahan peneliti.
10. Perpustakaan Universitas Katolik Parahyangan beserta orang-orang yang peneliti sayangi di dalamnya. Terima kasih atas pengalaman yang berharga selama dua tahun ini.
11. Teman-teman dari jurusan manajemen. Nadya, Geboy, Bagas, Dio, Tomiko, Alfa, Teh Desti, Nando, Febby, terima kasih sudah mau meluangkan waktu untuk membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi perkuliahan di Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini. Dengan keterbukaan dan kerendahan hati, peneliti bersedia menerima kritik dan saran yang membangun. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memperkaya referensi dalam penulisan skripsi di Universitas Katolik Parahyangan. Terima kasih dan salam sejahtera.

Bandung, 28 Mei 2018

Maria Cindy Dewinda



DAFTAR ISI

Pernyataan	i
ABSTRAK	ii
Kata Pengantar	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Identifikasi masalah	3
1.3 Tujuan penelitian	3
1.4 Manfaat penelitian	3
BAB II KERANGKA TEORI	5
2.1 <i>Word of Mouth (WOM)</i>	5
2.2 Manfaat <i>Word of Mouth (WOM)</i>	6
2.4 Definisi keputusan pembelian <i>consumer</i>	9
2.5 Manfaat keputusan pembelian	10
2.6 Pengukuran keputusan pembelian	10
2.7 Penelitian terdahulu	11
2.8 Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Metode penelitian	18
3.2 Model penelitian	19
3.3 Metode pengumpulan data	20
3.3.1 Data primer	20
3.3.2 Data sekunder	21
3.4 Variabel penelitian	21
3.5 Operasionalisasi variabel	22
3.6 Populasi, sampel dan <i>sampling</i>	25

3.6.1	Populasi.....	25
3.6.2	Sampel.....	26
3.6.3	<i>Sampling</i>	26
3.7	Teknik analisis data.....	27
3.7.1	Uji validitas.....	28
3.7.2	Uji reliabilitas.....	31
3.8	Uji asumsi klasik.....	32
3.8.1	Uji Normalitas.....	32
3.8.2	Uji heteroskedastisitas.....	33
3.8.3	Uji linearitas.....	33
3.9	Analisis regresi linier sederhana.....	34
3.10	Uji simultan (Uji F).....	34
3.11	Koefisien determinasi.....	35
3.12	Rekapitulasi identitas responden.....	35
3.12.1	Rekapitulasi jenis kelamin responden.....	35
3.12.2	Rekapitulasi usia responden.....	36
3.12.3	Rekapitulasi pekerjaan responden.....	36
BAB IV OBYEK PENELITIAN.....		38
4.1	Sejarah singkat rental <i>PS Skip and Play</i>	38
4.2	Logo rental <i>PS Skip and Play</i>	39
4.3	Struktur organisasi.....	40
4.4	Ketentuan rental <i>PS Skip and Play</i>	41
4.5	Paket bermain di rental <i>PS Skip and Play</i>	42
4.6	Harga makanan dan minuman di rental <i>PS Skip and Play</i>	42
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		43
5.1	Rekapitulasi tanggapan responden.....	43
5.1.1	Variabel <i>Word of Mouth</i> (X).....	43
5.1.2	Variabel keputusan pembelian (Y).....	55
5.2	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap keputusan pembelian.....	72
5.2.1	Uji asumsi klasik.....	72
5.2.2	Analisis regresi linier sederhana.....	76

5.2.3 Uji F	77
5.2.4 Koefisien determinasi	78
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	80
6.1 Kesimpulan.....	80
6.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala ukur <i>Likert</i>	21
Tabel 3.2 Operasionalisasi variabel	23
Tabel 3.3 Kategori Skala.....	28
Tabel 3.4 Rekapitulasi hasil uji validitas variabel <i>Word of Mouth (X)</i>	30
Tabel 3.5 Rekapitulasi hasil uji validitas keputusan pembelian (Y).....	30
Tabel 3.6 Rekapitulasi hasil uji reliabilitas kuesioner penelitian.....	32
Tabel 3.7 Rekapitulasi jenis kelamin responden.....	35
Tabel 3.8 Rekapitulasi usia responden.....	36
Tabel 3.9 Rekapitulasi pekerjaan responden.....	36
Tabel 4.1 Ketentuan rental <i>PS Skip and Play</i>	41
Tabel 4.2 Paket bermain di rental <i>PS Skip and Play</i>	42
Tabel 4.3 Harga makanan dan minuman di rental <i>PS Skip and Play</i>	42
Tabel 5.1Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 1 (X1) di kuesioner “Anda memerlukan saran/mengikuti pilihan orang lain dalam memilih rental <i>PS</i> yang akan Anda kunjungi”	44
Tabel 5.2 Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 2 (X2) di kuesioner “Anda biasanya terpengaruh oleh pembicaraan positif (fasilitas/kebutuhan lainnya) ketika memilih rental <i>PS</i> yang akan Anda kunjungi”	45
Tabel 5.3 Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 3 (X3) di kuesioner “Anda lebih mempercayai saran dari orang yang Anda percayai dalam memilih suatu produk/jasa”	46
Tabel 5.4 Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 4 (X4) di kuesioner “Anda lebih mempercayai saran dari teman dekat Anda ketimbang dari orang lain dalam memilih suatu produk/jasa”	47
Tabel 5.5 Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 5 (X5) di kuesioner “Anda memilih suatu rental <i>PS</i> berdasarkan ajakan yang sering Anda dapatkan”	48
Tabel 5.6 Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 6 (X6) di kuesioner “apabila Anda puas akan pengalaman Anda bermain di rental <i>PS Skip and Play</i> , Anda akan mengajak orang lain untuk datang ke rental <i>PS Skip and Play</i> juga”	49
Tabel 5.7 Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 7 (X7) di kuesioner “apabila Anda lebih tertarik berkunjung ke tempat lain selain rental <i>PS</i> , Anda akan memperingatkan orang lain apabila mereka memilih untuk bermain di rental <i>PS</i> tersebut”	50

Tabel 5.8	Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 8 (X8) di kuesioner “Anda merasa senang karena pernah membicarakan rental <i>PS Skip and Play</i> kepada orang lain”	51
Tabel 5.9	Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 9 (X9) di kuesioner “Anda sering bermain <i>PS</i> di rental <i>PS Skip and Play</i> ”	52
Tabel 5.10	Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 10 (X10) di kuesioner “Anda bangga pernah bermain <i>PS</i> di rental <i>PS Skip and Play</i> ”	53
Tabel 5.11	Tanggapan rata-rata responden terhadap pernyataan variabel X	54
Tabel 5.12	Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 1 (Y1) di kuesioner “ <i>game</i> yang disediakan rental <i>PS Skip and Play</i> berjumlah banyak”	56
Tabel 5.13	Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 2 (Y2) di kuesioner “rental <i>PS Skip and Play</i> menyediakan <i>game</i> yang <i>up to date</i> /terbaru”	57
Tabel 5.14	Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 3 (Y3) di kuesioner “fasilitas yang disediakan rental <i>PS Skip and Play</i> memiliki kualitas bagus”	58
Tabel 5.15	Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 4 (Y4) di kuesioner “layanan operator rental <i>PS Skip and Play</i> memiliki respon bagus/responsif”	59
Tabel 5.16	Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 5 (Y5) di kuesioner “rental <i>PS Skip and Play</i> memiliki fasilitas yang lengkap (<i>Wi-Fi</i> , toilet, makanan, minuman, dsb.)”	60
Tabel 5.17	Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 6 (Y6) di kuesioner “rental <i>PS Skip and Play</i> menawarkan harga yang terjangkau”	61
Tabel 5.18	Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 7 (Y7) di kuesioner “Anda merasa nyaman bermain <i>PS</i> di rental <i>PS Skip and Play</i> ”	62
Tabel 5.19	Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 8 (Y8) di kuesioner “ruangan rental <i>PS Skip and Play</i> bersih”	63
Tabel 5.20	Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 9 (Y9) di kuesioner “Anda menyukai promo diskon yang ditawarkan rental <i>PS Skip and Play</i> (<i>happy hour</i> dan <i>weekend madness</i> masing-masing Rp10.000/jam, dsb.)”	64
Tabel 5.21	Tanggapan responden terhadap pernyataan No. 10 (Y10) di kuesioner “Anda merasa tertarik ketika melihat iklan yang disebar oleh rental <i>PS Skip and Play</i> ”	65
Tabel 5.22	Tanggapan rata-rata responden terhadap pernyataan variabel Y	66
Tabel 5.23	Tanggapan responden terhadap <i>Word of Mouth (WOM)</i> dan keputusan pembelian berdasarkan peringkat	68
Tabel 5.24	Uji normalitas	73
Tabel 5.25	Uji heteroskedastisitas	74
Tabel 5.26	Uji linearitas	75
Tabel 5.27	Analisis regresi linier sederhana	76
Tabel 5.28	Uji F	77
Tabel 5.29	Koefisien determinasi	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo <i>Skip and Play</i>	39
Gambar 4.2 Struktur organisasi rental <i>PS Skip and Play</i>	40
Gambar 5.1 Garis kontinum variabel <i>Word of Mouth</i> (X).....	55
Gambar 5.2 Garis kontinum variabel Keputusan Pembelian (Y)	67



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, dunia bisnis dihadapkan pada cara membagi pasar (segmentasi) dan cara mengoptimalkan pasar (*targeting*). Kondisi ini membuat perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dalam pasar.

Suatu pangsa pasar yang dimiliki perusahaan akan mengalami perubahan atau kemajuan, dan akan menimbulkan persaingan antar perusahaan dalam menawarkan produk/jasanya. Persaingan bisnis yang terjadi akan semakin ketat dan menyebabkan perusahaan harus dengan cermat mencari strategi pemasaran yang tepat agar dapat memenangkan persaingan yang semakin kompetitif.

Pada saat ini produk yang berupa jasa telah menjadi bagian yang besar pengaruhnya pada perekonomian karena pertumbuhan ekonomi di suatu daerah dapat ditandai dengan pertumbuhan industri dan usaha kecil menengah yang ada dalam daerah tersebut. Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk dan jasa usaha

rental *PS*, maka dapat dikatakan masyarakat cukup puas dengan produk dan pelayanannya.

Usaha jasa rental *PS* yang mengedepankan kualitas produk dan kenyamanan tempat, serta pelayanan yang baik merupakan kriteria yang disenangi masyarakat sebagai konsumennya. Di kota Bandung dan sekitarnya telah berdiri beberapa rental *PS* yang menawarkan *game* terbaru, harga terjangkau, dan tempat yang nyaman. Salah satunya adalah rental *PS Skip and Play*.

Rental *PS Skip and Play* berdiri pada tahun 2017 di bulan Oktober oleh beberapa mahasiswa yaitu Agung, Fazli, dan Irfan. Pada awalnya mereka hanya mempromosikan usahanya kepada orang-orang yang dikenali, dengan anggapan bahwa rental *PS Skip and Play* merupakan tempat bermain yang luas dan nyaman. Rental ini juga merupakan satu-satunya rental *PS* yang berlokasi di Jalan Ciumbuleuit pada saat itu.

Menurut informasi yang disampaikan oleh salah satu pendiri rental ini, konsumen yang datang berjumlah banyak namun sebagian besar merupakan teman dekat dari ketiga pendiri rental *PS Skip and Play*. Kemudian konsumen lain yang bukan merupakan teman dari para pendiri mengaku bahwa mereka dapat mengetahui keberadaan rental ini dari ajakan teman pula, walaupun pihak rental *PS* pernah menyebarkan brosur.

Menyadari akan berbagai hal di atas maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk memilih rental *PS Skip and Play* sebagai objek penelitian, dengan maksud untuk mengetahui bagaimana *Word of Mouth (WOM)* berpengaruh pada keputusan pembelian *consumer* di rental *PS Skip and Play*. Karenanya perlu dilakukan kajian lebih mendalam mengenai kualitas *Word of Mouth (WOM)* dan keputusan pembelian pada rental *PS Skip and Play*.

1.2 Identifikasi masalah

Identifikasi masalah dari penelitian ini adalah “apakah *Word of Mouth (WOM)* memiliki pengaruh pada keputusan pembelian *consumer* di rental *PS Skip and Play*?” untuk diteliti tingkat pengaruhnya, signifikan atau tidak signifikan.

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah mengetahui pengaruh *Word of Mouth (WOM)* dan keputusan pembelian di rental *PS Skip and Play*.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, untuk memperluas wawasan, pengetahuan, dan pengalaman peneliti dalam bidang pemasaran.
2. Bagi pihak rental *PS Skip and Play*, sebagai penyemangat untuk semakin banyak melakukan perbaikan berdasarkan hasil penelitian survei agar *consumer* semakin banyak yang melakukan keputusan pembelian di rental *PS Skip and Play*.
3. Bagi pihak lain dan yang melakukan penelitian serupa, untuk memperkaya wawasan atau sebagai tambahan referensi bagi penelitiannya.