



**EFEKTIFITAS *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PRODUK JIGAR FRUIT SALAD
DI PLAZA SEMANGGI**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata
(S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Komunikasi**

Disusun Oleh :

Novena Widjaya Sari

4430612001

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2010



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **EFEKTIFITAS *WORD OF MOUTH* TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PRODUK JIGAR
FRUIT SALAD DI *FOODCOURT PLAZA*
SEMANGGI**

Nama : NOVENA WIDJAYA SARI
NIM : 44306120015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication

Jakarta, 25 JULY 2010

Mengetahui,

(Dra. Nurprapti W. Widyastuti., M.Si

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

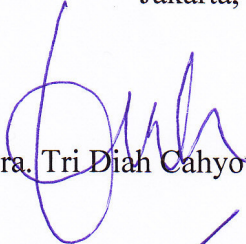
Judul : **EFEKTIFITAS *WORD OF MOUTH* TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PRODUK JIGAR
FRUIT SALAD DI *FOODCOURT PLAZA*
SEMANGGI**

Nama : NOVENA WIDJAYA SARI
NIM : 44306120015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication

Jakarta, ^{20 Agustus}.....2010

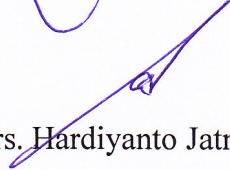
1. Ketua Sidang

Nama:

( Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

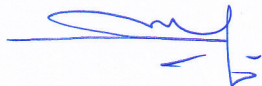
2. Penguji Ahli

Nama:

( Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si)

3. Pembimbing

Nama:

( Dra. Nurprapti W. Widyastuti, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI

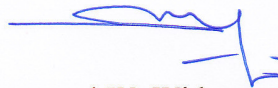
Judul : **EFEKTIFITAS *WORD OF MOUTH* TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PRODUK JIGAR
FRUIT SALAD DI *FOODCOURT PLAZA*
SEMANGGI**

Nama : NOVENA WIDJAYA
NIM : 44306120015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication

Jakarta, *20 Agustus 2010*

Disetujui dan Diterima oleh:

Pembimbing



(Dra. Nurprapti W. Widyastuti, M.Si)

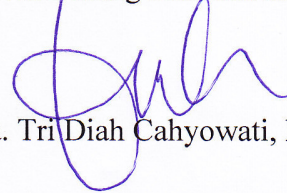
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra. Diah Wardhani , M.Si)

Ketua Bidang Marcom & Adv



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Bapa di Surga, karena atas rahmat dan karunia-Nya, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Efektifitas Word of Mouth Dalam Menumbuhkan Minat Beli Konsumen Terhadap Produk *Jigar Fruit Salad*”**, untuk memenuhi salah satu dari syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, saran dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Nurprapti Wahyu Widayastuti, M.si selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya dalam memberikan pengarahan, petunjuk serta bimbingan yang sangat berharga hingga selesainya penulisan skripsi ini.
2. Suamiku tercinta Raden Dermawan Adi Saputra yang dengan segenap support lembut sampai keras agar penulis bisa cepat menyelesaikan skripsi ini. Kedua orang tua penulis, yang telah memberikan *‘total support’* kepada penulis, dan tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata. Babeta & Mamitos: terimakasih untuk setiap doa-doa yang dinaikkan. Kakak-kakak yang tercinta : Eko Pronet, Rien, Ngo, Ary, yang tidak kalah berbaktinya juga kepada adik tercantiknya ini. Juga team jigar Fruit Salad yang telah banyak membantu : Putri, Tini & Feby.

3. Bapak Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si, selaku Penguji Ahli yang bersedia meluangkan waktunya menguji skripsi saya dalam sidang akhir, dan juga yang memberikan masukan – masukan sehingga skripsi ini bisa menjadi lebih baik.
4. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku Ketua Sidang Akhir dan juga Ketua Jurusan Periklanan.
5. Bapak Dosen pengajar manajemen pemasaran Universitas Mercu Buana, Pak Edy Tumenggung selaku inspirator dan Mario Teguh sebagai inspirator tekad dari penciptaan Jigar Fruit Salad.
6. Segenap dosen beserta para staf administrasi dan pekarya Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
7. “Angels”: Sherani Anugrah untuk data yang luar biasa dan segala usaha agar penulis cepat lulus, Astrid Luciane, Alysia Shinta, Kristin Hutahean, Angela Feby dan Renny Puspawatie yang selalu memberikan dukungan dan pengertian kepada penulis. Maaf, penulis sering tidak ikut kumpul-kumpul selama proses penyusunan skripsi berlangsung. Terima kasih untuk segala perhatian, cinta, kasih sayang, yang membuat penulis semakin semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. My Marcommers Babes, LEMBU GANGSTER : Syeika Hilmi, Puput Diah, Tanto, Viky, Kiky, Natalie, Nieya, Virgin, Pahrul Rojih, mas Agung, Denny, terima kasih atas persahabatan yang tidak terlupakan, kerjasama dan saling dukung.

9. Seluruh pihak yang telah banyak membantu penulis, namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu segala kritik dan saran akan diterima dengan senang hati guna menjadi bahan masukan dan pertimbangan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi rekan-rekan sekalian. Terima kasih.

Jakarta, July 2010

Novena Widjaya Sari

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
 BAB II TIJAUAN PUSTAKA	 12
2.1. Definisi <i>Word Of Mouth</i>	
Pemasaran Produk yang Efektif	12
2.2. Konsep Efektifitas	18
2.3. Definisi Produk	19
2.4. Perilaku Konsumen	26
2.5. Minat Beli Konsumen	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1. Pendekatan Penelitian	32
3.2. Metode Penelitian	33
3.3. Populasi & Sampel	34
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Sampel	35
3.4. Definisi Operasional Konsep	37
3.4.1 Definisi Konsep	37
3.4.2 Operasional Konsep	38
3.5. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Gambaran Umum Latar Belakang Jigar Fruit Salad	57
4.1.1 Pembahasan Produk Jigar Fruit Salad	60
4.1.2 Pelayanan Pembelian	63
4.1.3 Kegiatan Promosi Untuk Mendukung Penciptaan <i>Word Of Mouth</i>	65
4.2. Hasil Kuesioner Tentang “Efektifitas <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Beli Produk Jigar Fruit Salad”	72
4.2.1 Data Karakteristik Responden	73
4.3 Hasil Kuesioner Mengenai Penyebaran Informasi Jigar Fruit Salad	78
4.3.1 Dimensi Talkers	78
4.3.2 Dimensi Topics	83

4.3.3	Dimensi Tools	88
4.3.4	Dimensi Taking Part	91
4.3.5	Dimensi Tracking	93
4.4	Minat Beli Konsumen terhadap Jigar Fruit Salad	95
4.5	Akumulasi Penyebaran Informasi Melalui Word Of mouth Terhadap Minat Beli	100
4.6	Pembahasan	106
4.6.1	Pembahasan Dimensi <i>Talkers</i> Terhadap Penyebaran Informasi Melalui <i>Word Of Mouth</i>	107
4.6.1	Pembahasan Dimensi <i>Topics</i> Terhadap Penyebaran Informasi Melalui <i>Word Of Mouth</i>	108
4.6.1	Pembahasan Dimensi <i>Tools</i> Terhadap Penyebaran Informasi Melalui <i>Word Of Mouth</i>	109
4.6.1	Pembahasan Dimensi <i>Tacking Part</i> Terhadap Penyebaran Informasi Melalui <i>Word Of Mouth</i>	110
4.6.1	Pembahasan Dimensi <i>Tracking</i> Terhadap Penyebaran Informasi Melalui <i>Word Of Mouth</i>	110
4.6.1	Pembahasan Mengenai Penyebaran Informasi Melalui Word Of Mouth	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		112
5.1.	Kesimpulan	112
5.2.	Saran	113
DAFTAR PUSTAKA		108
CURICULUM VITAE		110
LAMPIRAN		