



**HUBUNGAN ANTARA PESAN *WORD OF MOUTH* AGEN PINA *FROZEN SEAFOOD* DENGAN *BRAND AWARENESS* PELANGGAN DKI  
JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication  
Disusun Oleh :

**Achmad Firdaus**

**44318110044**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Achmad Firdaus  
NIM : 44318110044  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*  
Judul : **Hubungan antara Pesan *Word of Mouth* Agen Pina frozen seafood dengan Brand Awareness Pelanggan DKI Jakarta**

Jakarta, 26 Februari 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Mengetahui,

**Pembimbing**

( **Dr. SM Niken Restaty, M.Si** )



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Hubungan antara Pesan *Word of Mouth* Agen Pina  
*frozen seafood* dengan *Brand Awareness* Pelanggan  
DKI Jakarta**

Nama : Achmad Firdaus  
NIM : 44318110044  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, 26 Februari 2022

**Ketua Sidang,  
Dr. Suraya, M.Si**

(.....)

**Penguji Ahli,  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si**

(.....)

**Pembimbing,  
Dr. SM Niken Restaty, M.Si**

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Hubungan antara Pesan *Word of Mouth* Agen Pina frozen seafood dengan *Brand Awareness* Pelanggan DKI Jakarta**

Nama : Achmad Firdaus

NIM : 44318110044

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, 26 Februari 2022

Disetujui dan diterima oleh

**Ketua Bidang Studi Marcomm & Adv** **Pembimbing,**

( Eka Perwitasari Fauzi, M Ed. )

( Dr. SM Niken Restaty, M.Si )

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

( Dr. Elly Yuliawati, M.Si )

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

( Dr. Farid Hamid, M.Si )



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN

Nama : Achmad Firdaus  
NIM : 44318110044  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tugas akhir dengan judul : **Hubungan antara Pesan *Word of Mouth* Agen *Pina frozen seafood* dengan *Brand Awareness* Pelanggan *DKI Jakarta*** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu prasyarat menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan atau tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua prosedur penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 26 Februari 2022  
Yang membuat pernyataan



**Achmad Firdaus**

Mengetahui,

**Pembimbing,**

**( Dr. SM Niken Restaty, M.Si )**

**Ketua Bidang Studi Marcomm & Adv**

**( Eka Perwitasari Fauzi, M Ed. )**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2. Perumusan Masalah</b> .....	8
<b>1.3. Tujuan Penelitian</b> .....	9
<b>1.4. Manfaat Penelitian</b> .....	9
<b>1.4.1. Manfaat Praktis</b> .....	9
<b>1.4.2. Manfaat Teoritis</b> .....	9
<b>BAB II</b> .....	10
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
<b>2.1. Penelitian Terdahulu</b> .....	10
<b>2.2. Kajian Teoritis</b> .....	27
<b>2.2.1. Komunikasi Pemasaran</b> .....	27
<b>2.2.2. Word of Mouth</b> .....	30
<b>2.2.3. Brand (Merek)</b> .....	37
<b>2.2.5. Kesadaran Merek (Brand Awareness)</b> .....	40
<b>BAB III</b> .....	45
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	45
<b>3.1. Paradigma Penelitian</b> .....	45
<b>3.2. Metode Penelitian</b> .....	46

3.3	Populasi dan Sampel.....	49
3.3.1	Populasi.....	49
3.3.2	Sampel.....	50
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	50
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....	52
3.4.1	Definisi Konsep.....	52
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.6	Teknik Analisis Data.....	60
<b>BAB IV .....</b>		<b>63</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>63</b>
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	63
4.2.	Hasil Penelitian.....	68
4.2.1.	Profil Responden.....	68
4.2.2.	Uji Deskriptif .....	72
4.2.3.	Uji Korelasi.....	89
4.2.4.	Uji Hipotesis .....	92
4.3.	Pembahasan.....	93
<b>BAB V .....</b>		<b>95</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>95</b>
1.1.	Kesimpulan.....	95
5.2.	Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>98</b>
 <b>LAMPIRAN</b>		
<b>Lampiran 1. Kuisisioner.....</b>		<b>101</b>
<b>Lampiran 2. Daftar Respons/Koding Responden Variabel X.....</b>		<b>105</b>
<b>Lampiran 3. Daftar Respons/Koding Responden Variabel Y.....</b>		<b>110</b>
<b>Lampiran 4. Uji Validitas &amp; Reliabilitas.....</b>		<b>114</b>
<b>Lampiran 5. Curriculum Vitae.....</b>		<b>117</b>
<b>Lampiran 6 Variant Pina Frozen Seafood.....</b>		<b>118</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Peringkat Sosial Media yang Paling Aktif di Indonesia.....	3
Gambar 2	Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	43





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Laporan Penjualan Pina <i>Frozen Seafood</i> periode 2017-2021.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1	Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....	53
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (X) .....	57
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas <i>Brand Awareness</i> (Y) .....	58
Tabel 3.4	Hasil Uji Reabilitas .....	59
Tabel 4.1	Data Penjualan Pina <i>Frozen Seafood</i> Mei – Oktober 2021 .....	66
Tabel 4.2	Jumlah Konsumen dan Agen Pina <i>Frozen Seafood</i> .....	67
Tabel 4.3	Diagram Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4.4	Diagram Karakteristik Berdasarkan Umur .....	69
Tabel 4.5	Diagram Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	70
Tabel 4.6	Diagram Karakteristik Berdasarkan Pernah Membeli Pina .....	71
Tabel 4.7	Mengenal Informan Pina <i>Frozen Seafood</i> .....	72
Tabel 4.8	Frekuensi Pemberian Info Pina <i>Frozen Seafood</i> .....	73
Tabel 4.9	Pesan Tergambarkan Dengan Contoh.....	74
Tabel 4.10	Penyampaian Pesan Informan Jelas.....	75
Tabel 4.11	Pesan Yang Disampaikan Menarik.....	76
Tabel 4.12	Pengetahuan Produk Disampaikan Dengan Baik.....	77
Tabel 4.13	Penyampaian Informasi Promosi.....	78
Tabel 4.14	Penyampaian Pesan Promosi Jelas.....	79
Tabel 4.15	Respon Pina <i>Frozen Seafood</i> Terhadap Keluhan.....	80
Tabel 4.16	Survey Kepuasan Pelanggan.....	81
Tabel 4.17	Kesesuaian Produk Terhadap Informasi Yang Diberikan.....	82
Tabel 4.18	Informasi Yang Disampaikan Menarik.....	83
Tabel 4.19	Penyampaian Informasi Keunggulan Produk.....	84
Tabel 4.20	Merek Yang Tidak Diketahui Sama Sekali Keberadaanya.....	85

Tabel 4.21	Merek Yang Diketahui Tetapi Tidak Diingat.....	86
Tabel 4.22	Merek Yang Diingat Tapi Tidak Muncul Pertama Kali.....	87
Tabel 4.23	Merek Yang Muncul Pertama Kali.....	88
Tabel 4.24	Kriteria Tingkat Hubungan Antar Variabel .....	89
Tabel 4.25	Hasil Uji Korelasi Antar Variabel Kerangka Pemikiran SPSS	25.90
Tabel 4.26	Penjabaran Hasil Uji Korelasi Variabel Kerangka Pemikiran .....	91
Tabel 4.27	Taraf Signifikasi .....	92



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND AWARENESS PADA PINA FROZEN SEAFOOD* dengan baik. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis tak putus mengucapkan syukur, serta terima kasih kepada-Nya yang menghadirkan orang-orang istimewa dikehidupan penulis, sehingga sangat membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Orang-orang itu adalah :

1. Ibu DR. S. Margaretha Niken Restaty, S.Sos, M.Si. selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pendampingan secara penuh hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah mengajar dan memberikan berbagai ilmu pengetahuannya kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
3. Para responden yang telah memberikan dukungan pada penelitian ini, terima kasih banyak.
4. Coach Ahmad Syarief Chairindra, SE, QWP, CPC sebagai narsumber dari pihak Pina *Frozen Seafood* sebagai objek penelitian ini.
5. Istri dan calon anak penulis yang selalu memberikan dukungan serta membantu proses penulis menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap bahwa penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Achmad Firdaus**