

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2015

ABSTRAKSI

Penelitian ini menganalisa kontribusi komunikasi word of mouth yang terjadi antar calon orang tua siswa baru dengan lingkungannya terhadap sikapnya (para orang tua calon siswa baru di SDS Islam TUGASKU) dalam memilih sekolah bagi anak-anaknya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa 2 (dua) variable, yaitu variable X, merupakan komunikasi antar pribadi yang bersifat non formal diantara komunikasikan yang non komersial tentang sebuah merek atau produk/jasa terhadap Y1 (sikap konsumen).

Populasi dalam penelitian ini adalah orang tua calon siswa kelas 1 (satu) di SDS Islam TUGASKU, teknik yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan SPSS 17.00

Hasil dan implikasi penelitian ini secara teoritis adalah bahwa studi ini mendukung penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa kualitas produk, kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Yang diharapkan menjadi komunikasi pemasaran yang efektif untuk menjangkau konsumen. Pada tatanan manajerial sekolah, penelitian ini memberi sumbangan agar sekolah lebih meningkatkan kualitas pelayanannya jika akan mempertahankan keberadaan sekolah ditengah adanya sekolah-sekolah swasta yang 'gulung tikar', dan semakin maraknya kompetitor sekolah swasta di DKI.



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Name : Rita Novita
NIM : 5521110117
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S 2)
Program studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication

Abstract

THE INFLUENCE OF 'WORD OF MOUTH ' COMMUNICATION TO THE NEW PARENTS PURCHASE INTENTION IN CHOOSING SD ISLAM TUGASKU

This study was to analyze the influence of 'Word Of Mouth' communication to the consumer (new parents) purchase intention in choosing SD Islam Tugasku , as a place for their children to learn. This research applied quantitative research, and This was conducted using questionnaires, which involved 78 respondents. Testing data is using SPSS (Statistical Process Social Science), as well as the testing of this data also includes test validity by factor analysis (F – analysis) and reliability tests with Cronbach alpha. Classical assumption test using simple linear regression analysis, F test is applied to test and prove the research hypothesis. The data have been entered tested for validity using factor analysis and reliability were tested with cornbach alpha, where the result is all the questions in the questionnaire are valid and reliable. Word Of Mouth communications that occurs naturally due to the need to find a place of education for their children, the intention appears taking interest in the need to fulfill their curiosity in school program, the desire to enroll in school, and the intention to recommend the school to another party. The results of analysis and discussion shows that the communication 'Word Of Mouth' has significant influence (with a value of R square of 34,2 %) against the purchase intention in choosing SD Islam Tugasku for the place of their children to learn.

Keywords: Communications 'Word Of Mouth' and purchase intention



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Nama : Rita Novita
NIM : 5521110117
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S 2)
Program studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication

Abstrak

PENGARUH KOMUNIKASI 'WORD OF MOUTH' TERHADAP
MINAT ORANG TUA CALON SISWA BARU MEMILIH SD
ISLAM TUGASKU

Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi '*Word Of Mouth*' terhadap minat calon orang tua siswa baru memilih SD Islam TUGASKU, sebagai tempat putra-putrinya bersekolah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode penyebaran kuesioner, yang melibatkan 78 responden. Pengujian data menggunakan SPSS (*Statistical Process Social Science*), serta pengujian data ini juga meliputi uji validitas dengan analisis faktor dan uji reliabilitas dengan cronbach alpha. Uji asumsi klasik menggunakan analisis regresi linear sederhana, uji F untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian. Data yang telah di masukkan diuji validitas dengan menggunakan analisis faktor dan diuji reliabilitasnya dengan cornbach alpha, dimana hasilnya adalah semua pertanyaan dalam kuesioner valid dan reliabel. Komunikasi *Word Of Mouth* yang terjadi secara alamiah dikarenakan kebutuhan mencari tempat pendidikan bagi anak-anaknya, membawa minat beli berupa keingintahuan program, keinginan mendaftar di sekolah, dan keinginan merekomendasikan kembali sekolah kepada pihak lain. Hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa komunikasi '*Word Of Mouth*' berpengaruh secara signifikan (dengan nilai R square sebesar 32,4 %) terhadap minat orang tua calon siswa baru dalam memilih SD ISLAM TUGASKU.

Kata kunci : **Komunikasi 'Word Of Mouth'** dan **Minat memilih Sekolah**