



**PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND AWARENESS*  
KATERING FUN FRESH EVERYDAY**

**SKRIPSI**



**MUSDZALIFAH LESTARI AL ZAHRA**

**UNIVERSITAS  
44318110024  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di  
bawah ini:

Nama : Musdzalifah Lestari Al Zahra

NIM : 44318110024

Program Studi : Marketing  
Communication&Advertising

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Katering Fun Fresh Everyday

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 31 Agustus 2023



Musdzalifah Lestari Al Zahra

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Musdzalifah Lestari Al Zahra  
NIM : 44318110024  
Program Studi : Marketing Communication&Advertising  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap  
*Brand Awareness* Katering Fun Fresh Everyday

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. SM Niken Restaty, M.Si  
NIDN : 0319027201  
Ketua Penguji : Finy F. Basarah, M.Si  
NIDN : 0319027704  
Penguji Ahli : Engga P. Endri, M.A  
NIDN : 0317089402



Jakarta, 31 Agustus 2023

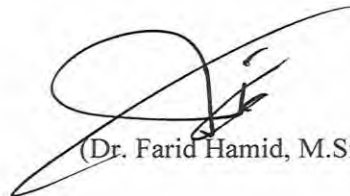
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan ivendid kepada Allah SWT. Atas berkah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND AWARENESS KATERING FUN FRESH EVERYDAY”**. Dalam penyusunan tugas akhir ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi *Marketing Communication and Advertising*. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini dapat terselesaikan berkat motivasi, bantuan, bimbingan, arahan dan ivendidika dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya nya kepada;

1. Ibu Dr. S.M Niken Restaty, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, ilmu, saran dan perbaikan dalam penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih juga atas kesabaran, kesediaan dan seluruh hal yang tidak bisa penulis jabarkan atas kebaikan Ibu. Semoga Allah SWT. Memberikan keberkahan untuk Ibu dan keluarga,
2. Pemilik katering Fun Fresh Everyday yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian disana,
3. Responden yang sudah membantu mengisi kuisisioner dalam penelitian ini,
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku DEKAN dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,
5. Bapak Dr. Irmulansanyti T, SH, M.Si selaku wakil DEKAN dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023
6. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku KAPRODI S1 dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,
7. Ibu Dr. Suraya, M.Si selaku SEKPRODI 1 dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,
8. Ibu Anindita, M.Ikom selaku SEKPRODI 2 dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,

9. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D Selaku SEKPRODI 3 dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,
10. Bapak Dr. Enjang Pera Irawan, M.I.Kom SEKPRODI 5 dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,
11. Kepada staf tata usaha Universitas Mercu Buana yang selalu sigap membantu penulis mengenai permasalahan administrasi,
12. Bapak dan Ibu dosen program studi Marketing Communication & Advertising yang telah membimbing, memberikan ilmu, serta membantu penulis selama menjalankan vendidikan di Universitas Mercu Buana,
13. Orang tua tercinta Bapak Sarto dan Ibu Kamirah, serta kakak-kakak penulis yang memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis,
14. Teman-teman penulis Melly Larasati, Erlin Dewi Lestari dan Ade Jakaria Silalahi yang sudah memberikan dukungan dan bantuan agar penulis cepat menyelesaikan tugas akhir.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dalam metode penelitian maupun pembahasan materi. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi penyempurnaan tugas akhir ini. Akhir kata semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 05 Agustus 2023

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Musdzalifah Lestari Al Zahra  
NIM : 44318110024  
Program Studi : Marketing Communication&Advertising  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Katering Fun Fresh Everyday

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 31 Agustus 2023

Yang menyatakan,



SEPUAN RIBU RUPIAH  
10000  
20  
METERAI  
TEMPEL  
P66DAAKX605517058

Musdzalifah Lestari Al Zahra



## ABSTRAK

Nama : Musdzalifah Lestari Al Zahra  
NIM : 44318110024  
Program Studi : Marketing Communication&Advertising  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap  
*Brand Awareness* Katering Fun Fresh Everyday  
Pembimbing : Dr. S.M Niken Restaty, M.Si

Dalam era digitalisasi ini, persaingan usaha sangatlah ketat yang mengakibatkan semakin banyak variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis. Dalam kehidupan sehari - hari *word of mouth* dapat membuat orang lebih percaya, jika dibandingkan dengan munculnya iklan-iklan yang marak diberbagai media. Melalui cerita dari pengalaman orang lain dapat membuat orang lebih terbujuk untuk mengikuti seperti yang dikatakan orang tersebut. Jadi, kekuatan dari *word of mouth* dapat dipengaruhi oleh karakteristik komunikatornya dalam menyampaikan suatu pesan kepada komunikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap *brand awareness* katering Fun Fresh Everyday.

Penelitian ini berlandaskan pada Aeker (Wahid & Rizki, 2018), mengenai tingkatan Brand Awareness yaitu brand unaware, brand recognition, familiar brand, top of mind.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang dilakukan dengan 30 responden dengan teknik sampling acak. Hasil data diolah menggunakan SPSS melalui uji korelasi dan regresi.

Hasil penelitian ini adalah adanya pengaruh antara *Word of mouth* (*Topics, Tools, Taking parts, Tracking*) dengan *Brand Awareness* (*Top of Mind, Familiar Brand, Brand Recognition, Brand Unware*) dengan menggunakan elemen-elemen yang terdapat di dalam *word of mouth*, yaitu *topics, tools, taking parts, tracking*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *word of mouth* dapat memberikan pengaruh yang kuat *brand awareness* dengan angka korelasi 0,707 (hubungan kuat).

**Kata Kunci** : Produk Olahan Buah, *Word of mouth*, *Brand Awareness*

## ABSTRACT

Name : Musdzalifah Lestari Al Zahra  
NIM : 44318110024  
Study Program : Marketing Communication and Advertising  
Title Internship Report : *The Influence of Word of mouth on Fun  
Fresh Everyday Catering Brand Awareness*  
Counsellor : Dr. S.M Niken Restaty, M.Si

*In this era of digitalization, business competition is very tight which results in more and more variables that can affect the success of a business. In everyday life, word of mouth can make people more trustworthy, when compared to the appearance of advertisements that are rife in various media. Through stories from other people's experiences, it can make people more persuaded to follow what that person said. So, the power of word of mouth can be influenced by the characteristics of the communicator in conveying a message to the communicant. The purpose of this research is to find out whether word of mouth has an effect on brand awareness of Fun Fresh Everyday catering.*

*This research is based on Aaker (Wahid & Rizki, 2018), regarding the levels of Brand Awareness, namely brand unaware, brand recognition, familiar brand, top of mind.*

*This study used a quantitative approach with a survey method conducted with 30 respondents using a random sampling technique. The results of the data were processed using SPSS through correlation and regression tests.*

*The result of this study is an influence between Word of mouth (Topics, Tools, Taking parts, Tracking) and Brand Awareness (Top of Mind, Familiar Brand, Brand Recognition, Brand Unware) by using the elements contained in word of mouth, namely topics, tools, taking parts, tracking. This study concludes that word of mouth can have a strong influence on brand awareness with a correlation rate of 0.707 (strong).*

**Keywords:** *Processed Fruit Products, Word of mouth, Brand Awareness*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
KATA PENGANTAR .....	IV
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	VI
ABSTRAK .....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR .....	XI
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	9
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 PENELITIAN TERDAHULU.....	11
2.2 KAJIAN TEORITIS .....	27
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	27
2.2.2 Word of mouth.....	29
2.2.4 Elemen-Elemen Word of Mouth.....	33
2.2.5 Kesadaran Merek (Brand Awareness) .....	36
2.2.6 Indikator Brand Awareness (Kesadaran Merek) .....	37
2.3 HIPOTESIS TEORI .....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 PARADIGMA PENELITIAN .....	40
3.2 METODE PENELITIAN.....	40
3.3 POPULASI DAN SAMPEL .....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel Penelitian .....	42
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel .....	43
3.4 DEFINISI KONSEP & OPERASIONALISASI KONSEP .....	44
3.4.1 Definisi Konsep .....	44
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	45
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	46
3.5.1 Data Primer .....	46

3.5.2. Data Sekunder.....	46
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas .....	46
3.6.1. Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Reabilitas .....	49
3.7 TEKNIK ANALISIS DATA.....	49
3.8 ANALISIS KOEFISIEN KORELASI .....	51
3.9 UJI REGRESI.....	53
3.10 HIPOTESIS.....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 GAMBARAN OBJEK PENELITIAN .....	55
4.2 HASIL PENELITIAN.....	56
4.2.1 Karakteristik Responden.....	56
4.2.2 Hasil Penelitian Word of mouth .....	58
4.2.3 Hasil Penelitian Brand Awareness.....	75
4.3 PEMBAHASAN .....	78
4.3.1 Uji Korelasi.....	78
4.3.1 Uji Regresi Sederhana .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>82</b>
5.1 KESIMPULAN .....	82
5.2 SARAN.....	83
5.2.1 Saran Akademis .....	83
5.2.3 Saran Praktis .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Logo Fun Fresh Everyday .....</b>	<b>2</b>
--	----------



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Tabel Pendapatan Fun Fresh Everyday 2019-2022 .....	4
Tabel 1.2	Pendapatan Fun Fresh Everyday 2016-2017 .....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1	Operasionalisasi Konsep .....	45
Tabel 3.2	Jawaban Responden.....	50
Tabel 3.3	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	53
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	56
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Pernah Melakukan Pembelian .....	58
Tabel 4.5	Mengenal Informan Fun Fresh Everyday .....	58
Tabel 4.6	Informan Yang Memberikan Informasi.....	59
Tabel 4.7	Frekuensi Pemberian Informasi.....	60
Tabel 4.8	Media Yang Digunakan Informan.....	60
Tabel 4. 9	Informan Memberikan Foto Produk.....	61
Tabel 4. 10	Penyampaian Informasi Jelas .....	61
Tabel 4. 11	Pertanyaan Konsumen .....	62
Tabel 4. 12	Informan Memberikan Kontak WA Fun Fresh Everyday .....	63
Tabel 4.13	Informan Memberikan Akun IG Fun Fresh Everyday .....	63
Tabel 4.14	Informasi di <i>WhatsApp</i> Mudah Dipahami .....	64
Tabel 4.15	Informasi di IG Mudah Dipahami .....	64
Tabel 4.16	Informasi Yang Diberikan Melalui WA Bermanfaat .....	65
Tabel 4.17	Informasi Yang Diberikan Melalui IG Bermanfaat.....	65
Tabel 4. 18	Fun Fresh Everyday Olahan Buah.....	66
Tabel 4. 19	Mendapatkan Informasi Promosi Melalui WA .....	67
Tabel 4.20	Informasi Promosi Melalui IG.....	67
Tabel 4.21	Informasi Promosi Melalui WA Mudah Dipahami .....	68

Tabel 4.22	Informasi Promosi Melalui IG Mudah Dipahami .....	68
Tabel 4.23	Promosi Melalui WA Jelas .....	69
Tabel 4.24	Promosi Melalui IG Jelas .....	69
Tabel 4. 25	Selalu Merespon Pertanyaan di WA.....	70
Tabel 4.26	Selalu Merespon Pertanyaan di IG .....	70
Tabel 4.27	Merespon Keluhan WA .....	71
Tabel 4.28	Merespon Keluhan IG .....	71
Tabel 4.29	Isi Keluhan.....	72
Tabel 4. 30	Konsumen Memberikan Feedback Melalui WA.....	73
Tabel 4. 31	Memberikan Feedback di IG Setelah Membeli.....	73
Tabel 4. 32	Feedback Yang Diberikan Positif.....	74
Tabel 4. 33	Produk Sesuai Dengan Informasi .....	74
Tabel 4. 34	Produk Yang Diberikan Sesuai Harapan .....	75
Tabel 4. 35	Pertama Kali Muncul Dalam Ingatan .....	75
Tabel 4.36	Ingat Tetapi Tidak Pertama Kali .....	76
Tabel 4.37	Hanya Tahu Tetapi Tidak Dalam Ingatan .....	76
Tabel 4. 38	Tidak Tahu Sama Sekali.....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner .....	88
Lampiran 2 Tabel Tabulasi .....	94
Lampiran 3 Uji Validitas .....	112
Lampiran 4 Uji Reabilitas .....	117
Lampiran 5 Hasil Penelitian .....	118
Lampiran 6 Contoh Produk Fun Fresh Everyday .....	129
Lampiran 7 Curriculum Vitae .....	130

