



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Hubungan Antara Komunikasi Word Of Mouth
Dengan Sikap Dan Perilaku Konsumen Produk Jasa
(Survei Pada Pengguna Jasa Tes Pola Sidik Jari Di
Alfataleat Coach)**

TESIS

Oleh:

Edy Mulyadi

55207120005

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2010**



MERCU BUANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCARSARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Edy Mulyadi

NIM : 55207120005

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate And Marketing Communications

Judul : Hubungan Antara Komunikasi Word Of Mouth Dengan Sikap Dan Perilaku Konsumen Produk Jasa (Survei Pada Pengguna Jasa Tes Pola Sidik Jari Di Alfatalent Coach)

Jakarta, 29 Mei 2010

Pembimbing,

Dr. Anwar Prabu M



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCARSARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Judul : Hubungan Antara Komunikasi Word Of Mouth Dengan Sikap Dan Perilaku Konsumen Produk Jasa (Survei Pada Pengguna Jasa Tes Pola Sidik Jari Di Alfataleat Coach)

Nama : Edy Mulyadi
NIM : 55207120005
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate And Marketing Communications
Tanggal : 29 Mei 2010

Jakarta, 29 Mei 2010

Mengetahui,

1. Ketua Sidang:
Heri Budiarto., S.Sos, M.Si
2. Penguji Ahli:
M.ec Harhadi Basri, PhD
3. Pembimbing:
Dr. Anwar Prabu M



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCARSARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Hubungan Antara Komunikasi Word Of Mouth
Dengan Sikap Dan Perilaku Konsumen Produk
Jasa (Survei Pada Pengguna Jasa Tes Pola Sidik
Jari Di Alfatalent Coach)

Nama : Edy Mulyadi
NIM : 55207120005
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate And Marketing Communications
Tanggal : 29 Mei 2010

Jakarta, 29 Mei 2010

Mengetahui,

1. Ketua Sidang:
Heri Budianto, S.Sos, M.Si
2. Penguji Ahli:
M.ec Harhadi Basri, PhD
3. Pembimbing:
Dr. Anwar Prabu M



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCARSARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

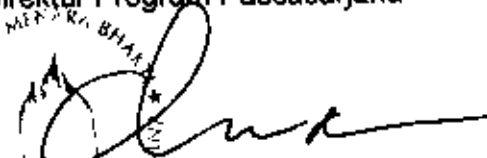
LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : Hubungan Antara Komunikasi Word Of Mouth Dengan Sikap Dan Perilaku Konsumen Produk Jasa (Survei Pada Pengguna Jasa Tes Pola Sidik Jari Di Alfatalent Coach)

Nama : Edy Mulyadi
NIM : 55207120005
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate And Marketing Communications
Tanggal : 29 Mei 2010

Jakarta, 29 Mei 2010
Disetujui dan diterima oleh,

Direktur Program Pascasarjana



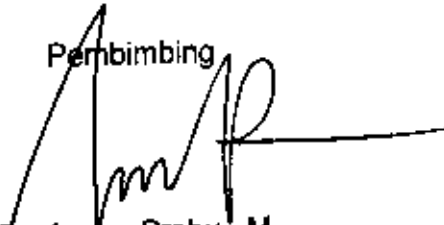
Ir. Dana Santoso, M.Eng., PhD

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid, M.Si

Pembimbing



Dr. Anwar Prabu, M

PERNYATAAN

Judul : Hubungan Antara Komunikasi Word Of Mouth Dengan Sikap Dan Perilaku Konsumen Produk Jasa (Survei Pada Pengguna Jasa Tes Pola Sidik Jari Di Alfataalent Coach)

Nama : Edy Mulyadi
NIM : 55207120005
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate And Marketing Communications
Tanggal : 29 Mei 2010

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 29 Mei 2010

Edy Mulyadi

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, petunjuk, kemudahan dan ketabahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Tesis ini disusun sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana. Lepas dari bentuk sekarang ini, penulis yakin bahwa ada kekurangan didalamnya, oleh karena itu penyempurnaan dari pembaca atas tesis ini sangat diharapkan demi kemajuan penelitian.

Penyelesaian tesis ini semoga tetap membawa manfaat kepada teman-teman mahasiswa pascasarjana Universitas Mercu Buana, juga kepada pengamat periklanan, pengamat media, dan juga seluruh lapisan masyarakat. Meski demikian, penulis sangat menghargai proses yang berlangsung sebelum ataupun selama tulisan ini disusun dan diujikan.

Banyak pihak dan individu yang mendukung dalam penulisan tesis ini baik secara langsung ataupun tidak langsung, dan pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orangtua, ayahanda R. Siswawahjono Soedjono dan almarhumah ibunda Tien Herawati, yang selalu memberikan semangat dalam hidup dan motivasi untuk selalu belajar.
2. Istriku Dian Ekawati Siswardhani tercinta, dan kedua anakku Dianda Calista Querida Siswardhani dan Dianda Callia Quinnara Siswardhani yang tersayang dan selalu menghibur dengan senyumannya dikala sedang jenuh dengan penulisan tesis ini.
3. Ketua Program Studi Magister Komunikasi, Dr. Anwar Prabu M. terima kasih atas ilmu-ilmu dan pengetahuan serta pencerahan-pencerahan yang sudah diberikan saat di dalam kelas ataupun diluar kelas.

4. Pembimbing utama yang terhormat, M.ec Harhadi Basri, PhD yang telah banyak sekali memberikan masukan-masukan, pengarahan, pengetahuan-pengetahuan, dan tentunya bimbingan yang luar biasa sehingga tesis ini dapat diselesaikan.
5. Dr. Heri Budianto, Dr. Irwansyah, Prof. Dr. Burhan Bungin, Dr. Umaimah Wahid, Juwono Tri Atmodjo, M.Si. dan seluruh dosen-dosen Universitas Mercu Buana Program Pascasarjana yang penulis pernah ikuti kelasnya dari perkuliahan semester pertama hingga perkuliahan semester akhir.
6. Kakak-kakakku tercinta, Renny Hendrawati dan Dini Sri Rejeki yang selalu mendukung dan memotivasi untuk menyelesaikan penulisan tesis ini.
7. Teman-teman seangkatan di kelas Sabtu Menteng, Mustika Ranto Gulo yang sudah berhasil memprovokasikan teman-teman agar selalu semangat terus dari awal hingga akhir semester, mba Yanti, mba Dindin, Ucup, Agus, pak Leo, kang Andri, Sandy, Qiqi, Raynin, Sari, pak Adhi, Yudie, pak Widayatmoko, Nico, mas Gun, mas Roso, Mila, mba Aci yang selalu memberikan ide-ide dan inspirasi, Ahmad, Apriles dan Daniel yang sudah berdiskusi di Freedom Institute.

Kepada semua pihak atau individu yang penulis tidak sempat sebutkan satu persatu, penulis ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya dan hormat bagi semuanya yang sudah membantu tesis ini.

Akhir kata puji syukur kepada Allah SWT atas kesempatan belajar yang diberikan pada penulis, dan salam sejahtera bagi kita semua yang mau belajar dan terus belajar tanpa henti.

29 Mei 2010

Edy Mulyadi

DAFTAR ISI

	halaman
Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan Sidang Tesis	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang.....	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Tesis.....	iv
Lembar Pengesahan Tesis	v
Abstrak	vi
Abstract	vii
Lembar Pernyataan	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xvii
Daftar Gambar	xx
Daftar Diagram.....	xxi
Daftar Lampiran.....	xxiii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka	
2.1.1. Penelitian Sejenis Terdahulu	9
2.2. Kerangka Pemikiran	11
2.2.1. Komunikasi Interpesonal	
2.2.1.1. Konsep Dasar Komunikasi Interpersonal.....	14
2.2.1.2. Pengertian Komunikasi Interpersonal	16
2.2.1.3. Hakikat Komunikasi Interpersonal	19
2.2.1.4. Prinsip-Prinsip Komunikasi Interpersonal	20
2.2.1.5. Saluran Komunikasi	24
2.2.1.6. Komunikasi Pemasaran	26
2.2.1.7. Bauran Pemasaran dan Bauran Komunikasi Pemasaran	27
2.2.2. <i>Word of Mouth</i>	
2.2.2.1. Definisi/Pengertian <i>Word of Mouth</i>	31
2.2.2.2. Bentuk-Bentuk/ Jenis-Jenis <i>Word of Mouth</i>	33
2.2.2.3. Manfaat <i>Word of Mouth</i>	35
2.2.2.4. Stimulus Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	36

2.2.2.5. Sumber-Sumber <i>Word of Mouth</i>	37
2.2.2.6. Proses Terjadinya <i>Word of Mouth</i>	38
2.2.2.7. Pentingnya <i>Word of Mouth</i>	42
2.2.2.8. Tahapan <i>Word of Mouth</i>	43
2.2.2.9. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Perilaku	44
2.2.3. Sikap Konsumen	
2.2.3.1. Pembentuk Sikap Konsumen	46
2.2.3.2. Model Sikap Tiga Komponen.....	49
2.2.4. Perilaku Konsumen	
2.2.4.1. Definisi/ Pengertian Perilaku Konsumen	54
2.2.4.2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen	56
2.2.4.3. Tipe-Tipe Perilaku Konsumen	57
2.2.4.4. Klasifikasi Peran Pembeli	58
2.2.4.5. Perilaku Konsumen Produk Jasa	59
2.2.4.5.1. Motivasi Konsumen	60
2.2.4.5.2. Kepribadian Konsumen	62
2.2.4.5.3. Persepsi Konsumen	53
2.2.4.6. Keputusan Pembeli Konsumen	66
2.2.4.7. Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembeli	68
2.2.4.8. Alur Kerangka Pemikiran	74

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Obyek Penelitian	76
3.2.	Paradigma Penelitan	77
3.3.	Metode Penelitian	77
3.4.	Populasi dan Sampel	
3.4.1.	Populasi	78
3.4.2.	Sampel	79
3.4.3.	Teknik Penarikan Sampel.....	80
3.5.	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	
3.5.1.	Definisi Konsep.....	81
3.5.2.	Operasional Konsep.....	82
3.6.	Validitas dan Realibitas	
3.6.1.	Validitas	86
3.6.2.	Uji Realibilitas	86
3.7.	Teknik Pengumpulan Data.....	88
3.8.	Teknik Analisis Data.....	90
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	97
4.1.1	Struktur Organisasi.....	99
4.1.2.	Proses Pembentukan <i>WoM</i>	101
4.2 .	Hasil Penelitian.....	102

4.2.1. Karakteristik Responden.....	103
4.3. Pembahasan.....	114
4.3.1. Tanggapan Responden Mengenai Komunikasi <i>WoM</i>	115
4.3.2. Tanggapan Responden Mengenai Sikap Pengguna Jasa Tes Pola Sidik Jari di Alfa Talent Coach	132
4.3.3. Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Pengguna Jasa Tes Pola Sidik Jari.....	148
4.3.4. Hubungan Antara Komunikasi <i>WoM</i> dengan Sikap dan Perilaku Pengguna Tes Pola Sidik Jari di Alfa Talent Coach.....	154
4.3.4.1. Hubungan Antara Komunikasi <i>WoM</i> dengan Sikap Pengguna Tes Pola Sidik Jari di Alfa TalentCoach.....	154
4.3.4.2. Hubungan Antara Komunikasi <i>WoM</i> dengan Perilaku Pengguna Tes Pola Sidik Jari di Alfa Talent Coach.....	159
4.3.4.3. Hubungan Antara Komunikasi <i>WoM</i> dengan Sikap dan Perilaku Pengguna Tes Pola Sidik Jari di Alfa Talent Coach.....	159
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	162
5.2. Saran	164
DAFTAR PUSTAKA	165
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1. Penelitian Tesis Sejenis	9
2.2. Respons yang Digunakan untuk Penyimpulan Sikap	52
3.1. Operasionalisasi Konsep	84
3.2. Bobot Penilaian Kuesioner	91
4.1. Target dan Realisasi Penjualan per Tahun	99
4.2. Usia Responden	104
4.3. Jenis Kelamin Responden	105
4.4. Pekerjaan Responden	107
4.5. Pendidikan Terakhir Responden	108
4.6. Usia Putra-Putri pada Saat Tes Pola Sidik Jari	109
4.7. Sumber Informasi untuk Tes Pola Sidik Jari	110
4.8. Frekuensi Melakukan Tes Pola Sidik Jari dalam Setahun	112
4.9. Manfaat yang Diperoleh dengan Mengikuti Tes Pola Sidik Jari	113
Tanggapan Responden Mengenai :	
4.10. Sumber Informasi mempunyai Kemampuan Berkomunikasi yang Baik.....	115
4.11. Sumber Informasi Berpendidikan Tinggi / Berpengalaman Luas.....	117
4.12. Sumber Informasi adalah Seorang yang Pengalaman dalam Banyak Hal....	119
4.13. Sumber Informasi adalah Orang yang Jujur dan Dapat Dipercaya.....	120
4.14. Sumber Informasi Tidak Terlalu Melebih-lebihkan Tes pola Sidik Jari	122
4.15. Responden Mendapat Informasi ttg Tes Sidik Jari dari Sanak Keluarga,	123

4.16. Informasi yang Dibicarakan Bersifat Informal / Tidak Resmi	125
4.17. Informasi yang Dibicaraakn Terjadi Secara Alamiah / Tidak Sengaja	126
4.18. Responden Pernah Mendengar tentang Tes Pola Sidik Jari Sebelumnya ...	127
4.19. Informasi yang Dibicarakan tentang Kepuasan terhadap Kualitas Jasa ATC..	128
4.20. Informasi yang Dibicarakan tentang Kepuasan Layanan Konsumen di ATC...	129
4.21. Tanggapan Responden ttg Komunikasi <i>WoM</i> Secara Keseluruhan.....	131
4.22. Informasi yg Dibicarakan Membuat Responden Sadar Perlu Melakukan Tes..	132
4.23. Informasi yg Disampaikan Membangkitkan Minat Responden Melakukan Tes.	134
4.24. Responden Yakin Tes Sidik Jari Bermanfaat Bagi Masa Depan.....	136
4.25. Responden Mempunyai Pengetahuan yang Baik ttg Tes Pola Sidik Jari	137
4.26. Alfa Talent Coach adalah Lembaga Konsultan yang Berkualitas	138
4.27. Alfa Talent Coach Memberikan Layanan Seperti yang Dijanjikan	140
4.28. Responden Menyukai Tes Pola Sidik Jari yang Ditawarkan	141
4.29. Pola Tes Sidik Jari dapat Melihat Bakat dan Talenta Alam yang ada.....	142
4.30. Responden Menyukai ATC sebagai Tempatt untuk Mengetes Pola Sidik jari...	143
4.31. Responden Berkeinginan Melakukan Tes Pola Sidik Jari di ATC.....	144
4.32. Responden Memutuskan untuk Melakukan Tes Pola Sidik Jari di ATC.....	145
4.33. Tanggapan Responden Mengenai Sikap Pengguna Jasa Tes di ATC	147
4.34. Responden Bersedia Data Sidik Jarinya Diambil oleh ATC.....	148
4.35. Responden Bersedia Membayar Harga yang Telah Ditetapkan.....	149
4.36. Responden akan Mempromosikan ATC kepada Keluarga, Teman, Relasi.....	150
4.37. Responden Selalu Mendengarkan Presentasi Tes Secara Seksama.....	151
4.38. Tanggapan Responden ttg Perilaku Pengguna Tes Pola Sidik Jari di ATC	153

4.39. Hubungan antara Komunikasi <i>WoM</i> dengan Sikap Konsumen	155
4.40. Hubungan antara Komunikasi <i>WoM</i> dengan Perilaku Konsumen....	158
4.41. Hubungan antara Komunikasi <i>WoM</i> dengan Sikap dan Perilaku.....	159

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Bagan Kerangka Pemikiran	14
2.2. Elemen Komunikasi Interpersonal	21
2.3. Hubungan antara Bauran komunikasi dengan Bauran Pemasaran ...	30
2.4. Proses Terjadinya <i>Word of Mouth</i>	39
2.5. Konsep Sikap	49
2.6. Model Sikap Tiga Komponen	51
2.7. Model Perilaku Konsumen	57
2.8. Model proses Motivasi	61
2.9. Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap	67
2.10. Model Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	73
2.11. Alur Kerangka Pemikiran	74
4.1. Struktur Organisasi Alfa Talent Coach	101

DAFTAR DIAGRAM

	Halaman
4.1. Usia Responden	104
4.2. Jenis Kelamin Responden	106
4.3. Pekerjaan Responden	107
4.4. Pendidikan Terakhir Responden	109
4.5. Usia Putra-Putri pada Saat Tes Pola Sidik Jari	110
4.6. Sumber Informasi untuk Tes Pola Sidik Jari	111
4.7. Frekuensi Melakukan Tes Pola Sidik Jari dalam Setahun	112
4.8. Manfaat yang Diperoleh dengan Mengikuti Tes Pola Sidik Jari	113
Tanggapan Responden Mengenai :	
4.9. Sumber Informasi mempunyai Kemampuan Berkomunikasi yang Baik.....	115
4.10. Sumber Informasi Berpendidikan Tinggi / Berpengalaman Luas.....	118
4.11. Sumber Informasi adalah Seorang yang Pengalaman dalam Banyak Hal....	119
4.12. Sumber Informasi adalah Orang yang Jujur dan Dapat Dipercaya.....	121
4.13. Sumber Informasi Tidak Terlalu Melebih-lebihkan Tes pola Sidik Jari	122
4.14. Responden Mendapat Informasi ttg Tes Sidik Jari dari Sanak Keluarga,	123
4.15. Informasi yang Dibicarakan Bersifat Informal / Tidak Resmi	125
4.16. Informasi yang Dibicaraakn Terjadi Secara Alamiah / Tidak Sengaja	126
4.17. Responden Pernah Mendengar tentang Tes Pola Sidik Jari Sebelumnya ...	127
4.18. Informasi yang Dibicarakan tentang Kepuasan terhadap Kualitas Jasa ATC.	128
4.19. Informasi yang Dibicarakan tentang Kepuasan Layanan Konsumen di ATC....	130
4.20. Tanggapan Responden ttg Komunikasi <i>WOM</i> Secara Keseluruhan.....	131
4.21. Informasi yg Dibicarakan Membuat Responden Sadar Perlu Melakukan Tes..	133

4.22. Informasi yg Disampaikan Membangkitkan Minat Responden Melakukan Tes.	134
4.23. Responden Yakin Tes Sidik Jari Bermanfaat Bagi Masa Depan.....	136
4.24. Responden Mempunyai Pengetahuan yang Baik ttg Tes Pola Sidik Jari	137
4.25. Alfa Talent Coach adalah Lembaga Konsultan yang Berkualitas	139
4.26. Alfa Talent Coach Memberikan Layanan Seperti yang Dijanjikan	140
4.27. Responden Menyukai Tes Pola Sidik Jari yang Ditawarkan	141
4.28. Pola Tes Sidik Jari dapat Melihat Bakat dan Talenta Alam yang ada.....	142
4.29. Responden Menyukai ATC sebagai Tempatt untuk Mengetes Pola Sidik jari...	143
4.30. Responden Berkeinginan Melakukan Tes Pola Sidik Jari di ATC.....	145
4.31. Responden Memutuskan untuk Melakukan Tes Pola Sidik Jari di ATC.....	146
4.32. Tanggapan Responden Mengenai Sikap Pengguna Jasa Tes di ATC	147
4.33. Responden Bersedia Data Sidik Jarinya Diambil oleh ATC.....	149
4.34. Responden Bersedia Membayar Harga yang Telah Ditetapkan.....	150
4.35. Responden akan Mempromosikan ATC kepada Keluarga, Teman, Relasi.....	151
4.36. Responden Selalu Mendengarkan Presentasi Tes Secara Seksama.....	152
4.37. Tanggapan Responden ttg Perilaku Pengguna Tes Pola Sidik Jari di ATC	153

DAFTAR LAMPIRAN

- A. Testimonial tentang Jasa Tes Pola Sidik Jari
 - 1. Kuesioner
 - 2. Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas
 - 3. Lampiran Output SPSS untuk Validitas dan Realibilitas
 - 4. Coding Sheet Data Uji Validitas dan Realibilitas
 - 5. Coding Sheet Data Penelitian
 - 6. Lampiran SPSS Pearson Correlation
 - 7. Perhitungan Uji Hipotesis dengan mempergunakan Analisa Korelasi Pearson Product Moment
 - 8. Daftar Riwayat Hidup