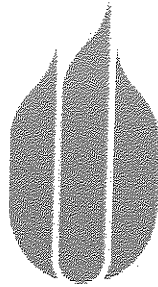


Yayasan Menara Bhakti	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber :	S
Tanggal :	25/5/2015
No. Reg. :	1. T14152032
	2. TK/52/15/040



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 ALFA TALENT COACH)**

TESIS

UNIVERSITAS
Oleh
MERCU BUANA

LUCIA INTAN

55206020012

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2012**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Lucia Intan
2. NIM : 55206020012
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Marketing Communication
6. Judul : Hubungan antara Komunikasi *Word of Mouth* dengan Sikap dan Perilaku Konsumen Produk Jasa (Survei pada Pengguna Jasa Tes Pola Sidik Jari di Alfa Talent Coach)

Jakarta, 29 Januari 2012,

Pembimbing Utama,

Dr. Farid Hamid, M.Si.

Pembimbing II,

Heri Budianto, S.Sos., M.Si.



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. 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).
2. Nama : Lucia Intan
3. NIM : 55206020012
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Marketing Communication
7. Tanggal : 29 Januari 2012

Jakarta, 29 Januari 2012

Mengetahui,
MERCU BUANA

1. Ketua Sidang:
Dra. Agustina Zubair, M.Si

(.....)

2. Penguji Ahli
Dr. Andy Cory, M.Si

(.....)

3. Pembimbing I
Farid Hamid, M.Si.

(.....)

4. Pembimbing II
Heri Budianto, S.Sos., M.Si.

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : **Hubungan antara Komunikasi Word of Mouth dengan Sikap dan Perilaku Konsumen Produk Jasa (Survei pada Pengguna Jasa Tes Pola Sidik Jari di Alfa Talent Coach)**
2. Nama : Lucia Intan
3. NIM : 55206020012
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Marketing Communication
7. Tanggal Sidang : 29 Januari 2012

Jakarta, 06 Februari 2012

Mengetahui,

MERCU BUANA

1. Ketua Sidang:
Dra. Agustina Zubair, M.Si.

(.....)

2. Penguji Ahli
Dr. Andy Cory, M.Si

(.....)

3. Pembimbing I
Dr. Farid Hamid, M.Si.

(.....)

4. Pembimbing II
Heri Budianto, S.Sos., M.Si.

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : Hubungan antara Komunikasi *Word Of Mouth* dengan Sikap dan Perilaku Konsumen Produk Jasa (Survei pada Pengguna Jasa Tes Pola Sidik Jari di Alfa Talent Coach)
2. Nama : Lucia Intan
3. NIM : 55206020012
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Marketing Communication
7. Tanggal Sidang : 29 Januari 2012

Jakarta, 06 Februari 2012
Disetujui dan diterima oleh,

Direktur Program Pascasarjana

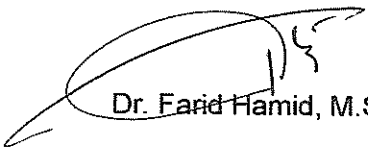

MERCU BUANA

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

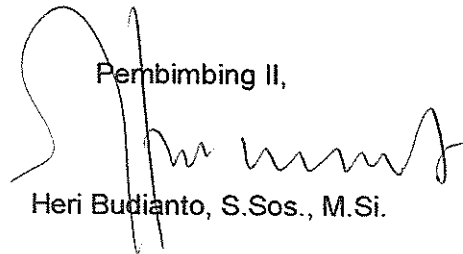
Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi


Dr. Farid Hamid, M.Si

Pembimbing Utama,


Dr. Farid Hamid, M.Si.

Pembimbing II,


Heri Budianto, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

LUCIA INTAN (55206020012)

HUBUNGAN antara KOMUNIKASI *WoM* dengan SIKAP dan PERILAKU KONSUMEN PRODUK JASA (SURVEI pada PELANGGAN JASA TES POLA SIDIK JARI di ALFA TALENT COACH)

xxiii + 167 hal + 29 Kepustakaan + 45 tabel + 12 gambar + 37 diagram + 8 lampiran

Latar Belakang masalah utama penelitian ini adalah karena penerapan komunikasi *WoM* yang masih bersifat alamiah sehingga belum berfungsi optimal dan efektif dalam strategi pemasarannya; sehingga target penjualan selama ini belum tercapai, ditambah dengan adanya beberapa agen terancam tutup. Dengan demikian, maka Rumusan Masalahnya adalah: Apakah ada hubungan yang signifikan antara komunikasi *WoM* dengan sikap dan perilaku pengguna jasa tes pola sidik jari di Alfa Talent Coach?

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini, bahwa Komunikasi *WoM*, merupakan salah satu bentuk Komunikasi Interpersonal yang mengambil model Proses Transaksional dalam teori Ilmu Komunikasi. Sedangkan *WoM* yang sudah ditingkatkan fungsinya dalam strategi pemasaran, dikenal dengan nama *Word of Mouth Marketing (WoMM)*. Komunikasi *WoM* yang terjadi di antara pengguna tes pola sidik jari di AlfaTalent Coach ini ingin diketahui dan dianalisa apakah ada hubungannya dengan sikap dan perilaku pengguna tes.

Metode penelitian dilakukan dengan pendekatan Positivistik dengan metodologi riset bersifat Kuantitatif; menggunakan metode riset Survey Eksplanatif; dan pengumpulan data dengan Kuesioner. Item-item dalam kuesioner melalui uji Validitas (Pearson's) dan Realibilitas (Cronbach Alpha) dan memakai skala Likert. Teknik sampling memakai Random Sampling Sederhana berjumlah 80 responden dari populasi 500 orang pengguna tes pola sidik jari di Alfa Talent Coach. Sedangkan untuk menganalisa data, dipakai Statistik Inferensial bersifat Asosiatif dengan uji korelasi Pearson's Correlation (Product Moment) menggunakan hipotesis.

Kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian ini adalah bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara komunikasi *WoM* dengan sikap dan perilaku konsumen produk jasa. Pengaruh keduanya baik terhadap sikap maupun perilaku adalah ke arah positif.

Sedangkan saran untuk manajemen adalah agar dapat memakai komunikasi *WoM* yang sekarang ini masih bersifat alamiah menjadi *WOMM*, yang artinya dijadikan sebagai suatu alat pemasaran yang efektif dan berbiaya rendah untuk mendukung peningkatan penjualan.

Kata Kunci adalah: *Word of Mouth*, sikap konsumen dan perilaku konsumen.



ABSTRACT

LUCIA INTAN (55206020012)

THE CORRELATIONS between WOM COMMUNICATION with CONSUMERS' ATTITUDE and BEHAVIOUR of SERVICE PRODUCT.

(Survey is on the Fingerprint Test Consumers of Alfa Talent Coach).

xxiii +167 pages + 29 references + 45 tables+12 pictures+ 37 diagrams+8 appendixes.

The background of the problem is because WoM communication used here is still spontaneously and non-commercial. Since WoM has not been effectively used as one of marketing tool; the sales target effected badly during these 2 or 3 years lately, followed by some agencies in-active. Based on this, the problem of this research is: Are there any correlations between WoM with the attitude and behaviour of the Alfa Talent Coach fingerprint test consumers.

The conceptual mind which underlies this research is that WoM communication, is one type of the Interpersonel Communication, which took Transaction Process Model in the Communication Theory. WoM coummunation that is effectively used as a marketing tool is kown as Word of Moth Marketing (WoMM). WoMM is a very effective and efficient influencer in sales. So, this research wants to find out whether there are significant correlations between the WoM formed in Alfa Talent Coach consumers' with their attitude and behaviour.

The Research Method used in this study is Positivism Approach with Quantitative Methodology, using Explanatory Survey design. A set of questionnaires and interviews are used for the data collecting. Items in questionnaires are statistically tested for their validity (Pearson's) and Reliability (Cronbach Alpha) with Likert scale. Simple Random Sampling is used to determine the number of 80 respondents sample. The Assosiatif -Statistic Inferencial is used to analyse the datas, by testing Pearson's Correlation (Product Moment) and by making the hypothesis.

The results of the study shows that there are significant correlations between WoM communication with the customers' attitude and behaviour of the service product. The correlations are positively related both with attitude and behavior.

Last but not least, the suggestions to the management is to use the WoM communication which is now still unplanned and naturally flow to be WoMM; meaning to be applied as one of marketing tools effectively and low-cost based to support sales.

Key words are: Word of Mouth, consumers' attitude and consumers' behaviour.



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MARKETING COMMUNICATION

PERNYATAAN

Judul : Hubungan antara Komunikasi *Word of Mouth*
dengan Sikap dan Perilaku Konsumen Produk
Jasa (Survei pada Pengguna Tes Pola Sidik Jari
di AlfaTalent Coach)

Nama : Lucia Intan

NIM : 55206020012

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

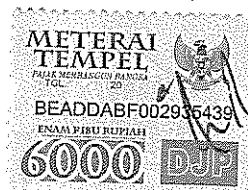
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Marketing Communication

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing 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, 25 Januari 2012,



Lucia Intan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah, Bapa Yang Maha Pengasih dan Penyayang, karena kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **"Hubungan antara Komunikasi *Word of Mouth* dengan Sikap dan Perilaku Konsumen Jasa (Survei pada Pengguna Tes Pola Sidik Jari di Alfa Talent Coach)"**. Penyusunan tesis ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister program studi *Marketing Communications* Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada :

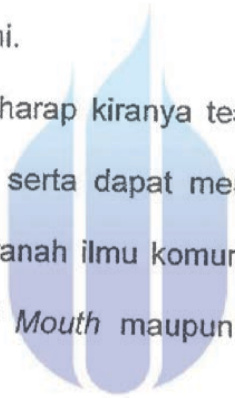
1. Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Mercubuana, Bapak Dr. Farid Hamid, Msi, yang sekaligus juga sebagai Pembimbing Utama; atas segala masukan, kritik dan saran beliau dalam proses penyempurnaan dan penyelesaian tesis ini.
2. Sekretaris Program Magister Ilmu Komunikasi Pasca sarjana Universitas Mercubuana, Bapak Heri Budianto, S.Sos., M.Si. yang juga bertindak selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan dorongan dan semangat untuk penyelesaian tesis ini.

3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi *Marketing Communications* Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana yang telah memberikan berbagai informasi, pengetahuan dan bimbingannya selama masa-masa kuliah.
4. Ibu Estri Mahani, SE, MM, yang senantiasa memberi semangat dan sekaligus membantu penulis dalam pengolahan dan menginterpretasikan data hasil penelitian dalam penyelesaian bab IV dan V.
5. Ibu Ellen Permata Sari, sebagai pemilik dari Alfa Talent Coach, yang juga telah banyak membantu dan memberi semangat kepada penulis dalam penyelesaian tesis ini.
6. Teman-teman seperjuangan yang kuliah program studi *Marketing Communications*, yakni Bpk Bambang Joko, Bpk Donny, Ibu Yulia Sulianti, dan Bpk Aris B, dan teman-teman lain yang tak dapat saya sebutkan satu-per-satu atas segala dukungan semangat, bantuan dan sarannya sehingga tesis ini dapat diselesaikan.
7. Bapak Warto, selaku Kepala Bidang Keuangan di UMB.
8. Bapak Warso yang telah memberikan berbagai informasi dan bantuan dalam bidang administrasi selama penyelesaian tesis ini.
9. Kepada semua pihak yang telah membantu terlaksananya tesis ini, atas segala dukungan dan doanya selama ini.

10. Suami tercinta, Gunawan Ryanata serta anak-anak tersayang, Letticia dan Luccan yang telah sangat pengertian serta membantu dalam memberikan dukungan moril maupun materiil sehingga tugas akhir ini dapat terlaksana dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih banyak kekurangan, oleh karenanya kritik dan saran sangat penulis hargai guna menyempurnakan penulisan ini.

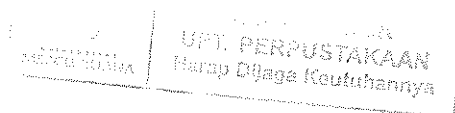
Akhir kata, penulis berharap kiranya tesis ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya serta dapat menjadi rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dalam ranah ilmu komunikasi baik yang berhubungan dengan komunikasi *Word of Mouth* maupun dengan sikap dan perilaku konsumen jasa.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Januari 2012

Lucia Intan



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 WoM	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 Dibicaraaakn 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 WoM 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 Ditetapan.....	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



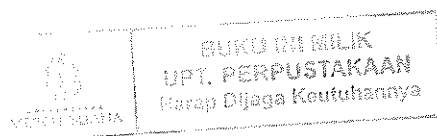
DAFTAR GAMBAR

	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 Dibicaraakan 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 WoM 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 Ditetapan.....	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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA