

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI ADVERTISING

Skripsi, Juli 2022

Lutfi Fuadi

2015140076

Pengaruh *Word of Mouth Game Mobile Legends* Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini berkembang sangat pesat. khususnya di bidang *game*. Kesuksesan *game Mobile Legends* tidak terlepas dari suatu promosi yang dilakukan secara terus menerus dan meluas, baik melalui media tradisional maupun media online. Masalah dari penelitian ini adalah apakah metode *word of mouth* masih efektif digunakan untuk mempromosikan barang atau jasa karena pada dasarnya masyarakat mulai beralih ke *new media*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *word of mouth mobile legends* memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan aplikasi khususnya *followers instagram @evosesports*. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah promosi, *Word of Mouth*, perilaku konsumen dan keputusan pembelian. Menurut Sernovitz (2012:19) terdapat lima dimensi atau elemen dasar word of mouth yang dikenal dengan 5T, yaitu: Talkers atau pembicara, Topics atau topik, Tools atau alat, Talking part atau partisipasi dan Tracking atau pengawasan. Menurut Menurut Kotler dan Armstrong (2016:176) terdapat lima model yang mempengaruhi proses keputusan pembelian yaitu: Pengenalan masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, dan Prilaku Pasca Pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil Penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh antara *word of mouth game Mobile Legends* terhadap keputusan menggunakan aplikasi sebesar 58,4%. Saran pada penelitian ini diharapkan game Mobile Legends harus memperhatikan dan menonjolkan fitur ajakan untuk bermain bersama sehingga pemain (player) dapat menemukan fitur tersebut.

Kata Kunci : Promosi, *Word Of Mouth*, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian

Referensi : 24 buku, 4 jurnal, 2 skripsi, dan 9 internet

Pembimbing : Velda Ardia, S.I.Kom, M.Si