

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTAISING

Skripsi, 29 Desember 2021

Adiva Syaifullah

2017140369

**PENGARUH WORD OF MOUTH MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DAARUT TAUHIID
JAKARTA**

(V Bab + 77Halaman + 14 Tabel + 7 Gambar + 9 Lampiran)

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Word of Mouth Marketing terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen pada Daarut Tauhiid Jakarta” mempunyai tujuan untuk mengetahui *Word of Mouth* dimata konsumen Daarut Tauhiid Jakarta, serta mengukur pengaruh *Word of Mouth* terhadap pengambilan keputusan konsumen pada Daarut Tauhiid Jakarta. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori Kotler & Kelelr yang dimana selama penelitian yang mendalam analisisnya menggunakan metode *Deskriptif* Kuantitatif, metode dalam penelitian ini menggunakan metode Survey, kemudian teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain menggunakan Kuesioner dan Studi Kepustakaan. Lalu data yang didapat dianalisis dengan Regresi Linier Sederhada, Uji Korelasi, Uji signifikasi, dan Koefesiensi Determinasi. Dari proses tahapan penelitan tersebut, Dari hasil perhitungan untuk mengetahui pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian, dapat disimpulkan bahwa Word of Mouth memiliki pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian. Nilai R sebesar 0,875 menyatakan bahwa tingkat pengaruh variabel independent dikatakan “tinggi” terhadap variabel dependent. Lalu nilai R Square sebesar 0,763 menyatakan bahwa variabel independent adalah 76,3% sementara sisanya 23,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian

Referensi : 14 Buku, 3 Jurnal, 4 Website

Dosen Pembimbing : Jamiati KN, S.I.Kom, M.I.Kom.