

**PENGARUH KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* TERHADAP
INTENSITAS PENGUNJUNG COFFEE SHOP TEKUNO
BEKASI DI KALANGAN DEWASA AWAL**

SKRIPSI

Oleh :

Astria Fazrin

201710415076



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

**PENGARUH KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* TERHADAP
INTENSITAS PENGUNJUNG COFFEE SHOP TEKUNO
BEKASI DI KALANGAN DEWASA AWAL**

SKRIPSI

Oleh :

Astria Fazrin

201710415076



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi *Word Of Mouth*
Terhadap Intensitas Pengunjung Coffee
Shop Tekuno Bekasi di Kalangan Dewasa
Awal

Nama Mahasiswa : Astria Fazrin

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415076

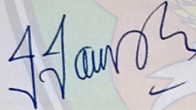
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Januari 2022

Jakarta, 2 Februari 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si

NIDN. 0311046803

Pembimbing II



Dian Sukmawati, M.I.Kom

NIDN. 0320038006

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi *Word Of Mouth*
Terhadap Intensitas Pengunjung Coffee
Shop Tekuno Bekasi di Kalangan Dewasa
Awal

Nama Mahasiswa : Astria Fazrin

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415076

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Januari 2022

Jakarta, 2 Februari 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Saeiful Mujab, S.Sos, M.I.Kom
NIDN. 0303108001

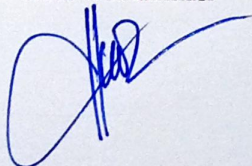
Penguji I : Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si
NIDN. 0311046803

Penguji II : Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN. 0312079501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

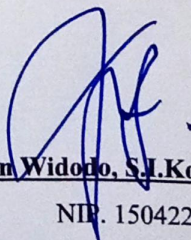


Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 1904409

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Komunikasi *Word of Mouth* Terhadap Intensitas Pengunjung Coffee Shop Tekuno Bekasi di Kalangan Dewasa Awal" merupakan hasil karya saya sendiri tanpa mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan yang dijadikan sebagai referensi yang sumbernya sudah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di hari kemudian ditemukan adanya kecurangan dalam penelitian ini saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 2 Februari 2022

Yang membuat pernyataan



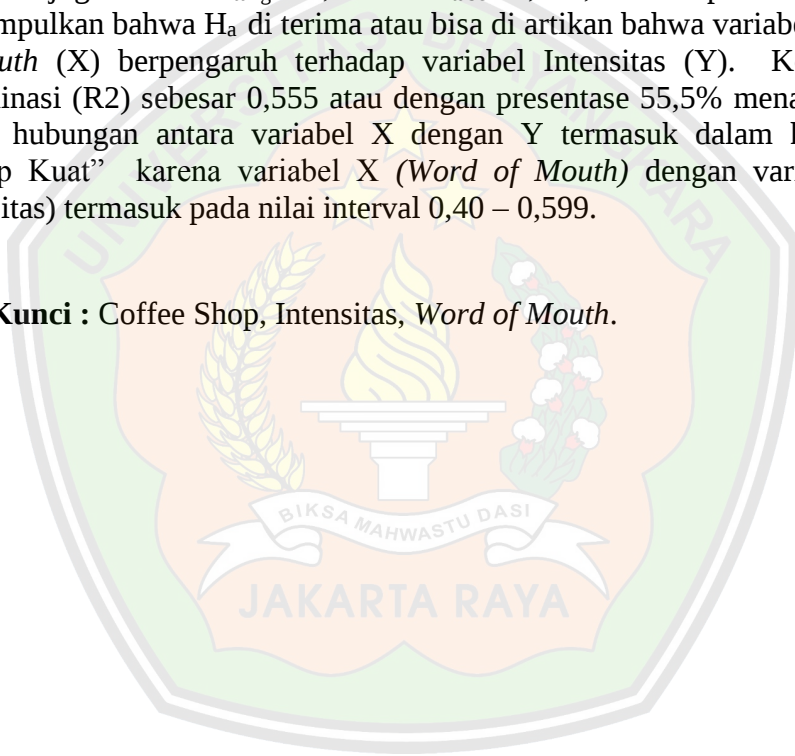
Astria Fazrin

201710415076

ABSTRAK

Astria Fazrin 201710415076, Pengaruh Komunikasi *Word Of Mouth* Terhadap Intensitas Pengunjung Coffee Shop Tekuno dikalangan Dewasa Awal. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari komunikasi *Word of Mouth* Terhadap intensitas pengunjung Coffee Shop Tekuno Bekasi dikalangan Dewasa Awal. Penelitian ini menggunakan teori Reference Group (Kelompok acuan). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian secara survei . Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling purposive dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Data yang di gunakan adalah data primer berupa kuisioner dan data sekunder. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *Word of Mouth* (X) dan Intensitas (Y). Terdapat juga nilai $t_{hitung} 11,066 > t_{tabel} 1,984$, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa H_a di terima atau bisa di artikan bahwa variabel *Word of Mouth* (X) berpengaruh terhadap variabel Intensitas (Y). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,555 atau dengan presentase 55,5% menandakan bahwa hubungan antara variabel X dengan Y termasuk dalam kategori “Cukup Kuat” karena variabel X (*Word of Mouth*) dengan variabel Y (Intensitas) termasuk pada nilai interval 0,40 – 0,599.

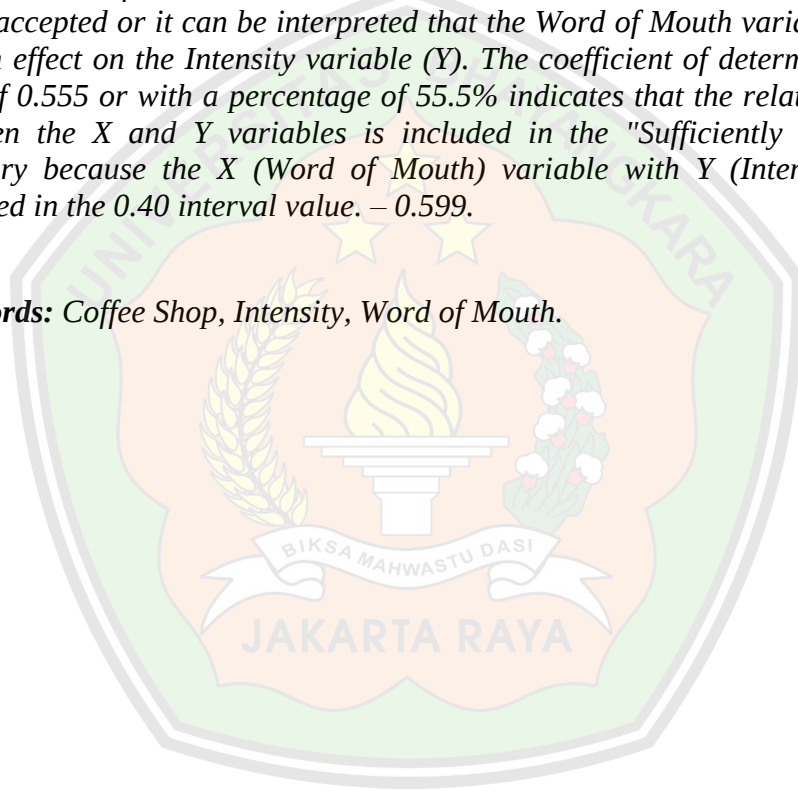
Kata Kunci : Coffee Shop, Intensitas, *Word of Mouth*.



ABSTRACT

Astria Fazrin 201710415076, *The Effect of Word of Mouth Communication on the Intensity of Tekuno Coffee Shop Visitors among Early Adults. This study was conducted to determine how much influence Word of Mouth communication has on the intensity of visitors to Coffee Shop Tekuno Bekasi among Early Adults. This study uses the theory of the Reference Group (reference group). This research uses quantitative methods with survey research. The sampling technique used in this study was purposive sampling with a total of 100 respondents. The data used are primary data in the form of questionnaires and secondary data. The results of this study indicate a significant effect between Word of Mouth (X) and Intensity (Y). There is also a tcount value of $11.066 > t_{table} 1.984$, so the researcher can conclude that H_a is accepted or it can be interpreted that the Word of Mouth variable (X) has an effect on the Intensity variable (Y). The coefficient of determination (R^2) of 0.555 or with a percentage of 55.5% indicates that the relationship between the X and Y variables is included in the "Sufficiently Strong" category because the X (Word of Mouth) variable with Y (Intensity) is included in the 0.40 interval value. – 0.599.*

Keywords: Coffee Shop, Intensity, Word of Mouth.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah dan nikmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Komunikasi *Word Of Mouth* Terhadap Intensitas Pengunjung Coffee Shop Tekuno Bekasi Dikalangan Dewasa Awal” adanya tujuan dari penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program pendidikan S1 dengan program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi Utara.

Penyusunan skripsi ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak – banyaknya kepada pihak – pihak yang telah membantu peneliti memberikan dukungan, semangat serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini. Terutama kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat secara jasmani dan rohani, memberikan petunjuk. Serta rasa syukur yang tidak ada habisnya penulis panjatkan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kepada kedua orang tua, terimakasih Ibu Sri Mundari dan Bapak Satria yang telah memberikan dukungan, semangat serta doa yang tiada henti. Serta kakak saya Sepnanda Voni Nursrina dan Rachmat Dwi Satria yang sudah memberikan dukungan, semangat, perhatian dan doa. Selain itu pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

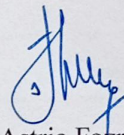
1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom , selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si selaku dosen pembimbing I yang sudah membimbing penulis serta memberi arahan dan saran dalam pembuatan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.

5. Ibu Dian Sukmawati, S.Sos.,M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang sudah bersedia untuk memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Seluruh dosen – dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staf akademik yang telah mengajarkan banyak hal dan memberikan saran selama penelitian.
7. Sahabat terbaik Aliffia Nur Indah dan Alma Ainun Hildayana yang sudah memberikan doa, dukungan, semangat dan membantu penulis dalam proses penelitian.
8. Terimakasih untuk Vicky Laloan atas doa, dukungan serta membantu penulis dalam proses penelitian. Tidak lupa juga atas penghiburan kepada penulis. Untuk sahabat Anting,Meli,Dian,Novita,Fathia,Aul, Husnul,Gichella Somba, Poppy Mutiara,Rika Carolina, Candra Febriana yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat serta membantu dalam proses penelitian.
9. Terimakasih E-Casting atas penghiburan selama penulis menjalani pendidikan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
10. Penulis mengucapkan terimakasih banyak untuk seluruh pihak – pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi siapapun, namun dibalik itu semua tentunya masih terdapat beberapa kekurangan dalam skripsi ini. Maka dari itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Jakarta, 2 Februari 2022

Penulis



Astria Fazrin

201710415076

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Masalah.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian Praktis dan Teoritis	13
1.5.1 Kegunaan Praktis	13
1.5.2 Kegunaan Teoris	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14

2.2 Tinjauan Teoritik.....	16
2.3 Tinjauan Konseptual	17
2.3.1 Komunikasi Pemasaran	17
2.3.2 <i>Word Of Mouth</i>	18
2.3.3 Fungsi <i>Word Of Mouth</i>	19
2.3.4 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	20
2.3.5 Dimensi <i>Word Of Mouth</i>	20
2.3.6 Intensitas	21
2.3.7 Aspek Intensitas	22
2.3.8 Coffee Shop	22
2.3.9 Dewasa Awal	23
2.4 Kerangka Pemikiran	24
2.5 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Metode Penelitian.....	26
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	27
3.4 Operasionalisasi Variabel	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Teknik Analisis Data.....	32
3.7 Validitas dan Reliabilitas	33
3.7.1 Validitas.....	33
3.7.2 Reliabilitas	34

3.8 Uji Normalitas.....	35
3.9 Uji Linearitas.....	35
3.10 Uji Hipotesis	35
3.11 Koefisien Determinasi.....	36
3.12 Analisis Regresi Linear	36
3.12.1 Uji T.....	37
3.12.2 Uji F.....	37
3.13 Lokasi dan Waktu Penelitian	38
3.13.1 Lokasi	38
3.13.2 Waktu.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum Coffee Shop Tekuno	39
4.2 Karakteristik Responden.....	41
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	44
4.3.1 Variabel Independen X (<i>Word Of Mouth</i>)	44
4.3.2 Deskriptif Frekuensi Variabel Dependen Y (Intensitas)	63
4.4 Uji Instrumen	68
4.4.1 Uji Validitas.....	68
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.5 Hasil Uji Hipotesis	70
4.5.1 Uji Normalitas	70
4.5.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	71
4.5.3 Uji T.....	72
4.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73

4.6 Pembahasan.....	74
4.6.1 Deskripsi Data	74
4.6.2 Pengaruh Komunikasi <i>Word of Mouth</i> Variabel (X) Terhadap Intensitas Variabel (Y)	75
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penjualan Coffee Shop Tekuno Bekasi Mei 2021.....	9
Gambar 1. 2 Presentase Pengunjung Coffee Shop Tekuno Bekasi.....	10
Gambar 1. 3 Tampak Depan Coffee Shop Tekuno Bekasi	11
Gambar 1. 4 Lantai Dasar Coffee Shop Tekuno Bekasi	11
Gambar 1. 5 Lantai 2 Coffee Shop Tekuno Bekasi	12
Gambar 1. 6 Lantai Dasar <i>Outdoor</i> Coffee Shop Tekuno Bekasi.....	12
Gambar 4. 1 Logo Coffee Shop Tekuno	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 : Dokumentasi

Lampiran 3 : Kartu Bimbingan Dosen 1&2

Lampiran 4 : Form Perbaikan Skripsi

Lampiran 5 : Kuisisioner

Lampiran 6 : Hasil Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 7 : Data SPSS



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X.....	29
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Y.....	30
Tabel 3.3 Skala Likert	31
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4.2 Usia Responden.....	42
Tabel 4.3 Informasi Mengenai Coffee Shop Tekuno.....	43
Tabel 4.4 Frekuensi Kedatangan ke Coffee Shop Tekuno	44
Tabel 4.5 <i>Talkers</i> Pernyataan 1	45
Tabel 4.6 <i>Talkers</i> Pernyataan 2	45
Tabel 4.7 <i>Talkers</i> Pernyataan 3	46
Tabel 4.8 <i>Talkers</i> Pernyataan 4	47
Tabel 4.9 <i>Talkers</i> Pernyataan 5	48
Tabel 4.10 <i>Talkers</i> Pernyataan 6.....	49
Tabel 4.11 <i>Topics</i> Pernyataan 7	50
Tabel 4.12 <i>Topics</i> Pernyataan 8	50
Tabel 4.13 <i>Topics</i> Pernyataan 9	51
Tabel 4.14 <i>Topics</i> Pernyataan 10	52
Tabel 4.15 <i>Topics</i> Pernyataan 11	52
Tabel 4.16 <i>Topics</i> Pernyataan 12	53
Tabel 4.17 <i>Topics</i> Pernyataan 13	54
Tabel 4.18 <i>Topics</i> Pernyataan 14	54

Tabel 4.19 <i>Topics</i> Pernyataan 15	55
Tabel 4.20 <i>Tools</i> (Alat) Pernyataan 16	56
Tabel 4.21 <i>Tools</i> (Alat) Pernyataan 17	57
Tabel 4.22 <i>Tools</i> (Alat) Pernyataan 18	57
Tabel 4.23 <i>Talking Part</i> (Partisipan) Pernyataan 19	58
Tabel 4.24 <i>Talking Part</i> (Partisipan) Pernyataan 20	59
Tabel 4.25 <i>Talking Part</i> (Partisipan) Pernyataan 21	60
Tabel 4.26 <i>Tracking</i> (Pengawasan) Pernyataan 22	61
Tabel 4.27 <i>Tracking</i> (Pengawasan) Pernyataan 23	62
Tabel 4.28 <i>Tracking</i> (Pengawasan) Pernyataan 24	63
Tabel 4.29 Frekuensi Kegiatan Pertanyaan 1	63
Tabel 4.30 Frekuensi Kegiatan Pertanyaan 2	64
Tabel 4.31 Frekuensi Kegiatan Pertanyaan 3	65
Tabel 4.32 Durasi Kegiatan Pertanyaan 4	66
Tabel 4.33 Durasi Kegiatan Pertanyaan 5	66
Tabel 4.34 Durasi Kegiatan Pertanyaan 6	67
Tabel 4.35 Durasi Kegiatan Pertanyaan 7	67
Tabel 4.36 Durasi Kegiatan Pertanyaan 8	68
Tabel 4.37 Uji Validitas	68
Tabel 4.38 Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.39 Uji Normalitas	71
Tabel 4.40 Regresi Linear Sederhana	72
Tabel 4.41 Uji T	73

Tabel 4.42 Tabel Anova	73
Tabel 4.43 Hubungan Antara Variabel	74

