

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* MARKETING TERHADAP  
KEPUTUSAN KULIAH DI STIE MUHAMMADIYAH PRINGSEWU  
LAMPUNG**

Oleh

PUTRI ANDRIYANI

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar

SARJANA EKONOMI

pada

Jurusan Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MUHAMMADIYAH

PRINGSEWU – LAMPUNG

2019

## ABSTRAK

PUTRI ANDRIYANI, Pengaruh *Word Of Mouth Marketing* Terhadap Keputusan Kuliah di STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung. (Dibawah bimbingan, Drs. Suminto Affandi, M.M. sebagai pembimbing satu, dan Dian Pratiwi, S.Pd., M.Pd. sebagai pembimbing kedua) xiii + 54 halaman + 15 tabel + 2 gambar + 51 lampiran.

Pengambilan keputusan merupakan proses yang dilalui oleh individu dalam memilih salah satu alternatif dari sejumlah pilihan yang ada dan bertanggung jawab atas keputusan yang telah ia pilih. Pengambilan keputusan menjadi konsekuensi yang logis dalam kehidupan yang selalu berubah dan mengalami peningkatan. Proses pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk respon terhadap lingkungan. Keputusan yang diambil oleh individu akan menjadi awal bagi penentuan kehidupan selanjutnya.

Masalah dalam penelitian ini adalah keputusan untuk kuliah di STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung mengalami fluktuasi, hal ini salah satu penyebabnya adalah kurangnya pengetahuan dari mereka tentang keberadaan STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung itu sendiri. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh *word of mouth marketing* terhadap keputusan kuliah di STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *word of mouth marketing* terhadap keputusan kuliah di STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan pengumpulan data menggunakan kuisioner dan dokumentasi. Instrument penelitian menggunakan alat bantu kuisioner dan diukur dengan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STIE Muhammadiyah Pringsewu yang berjumlah 698 mahasiswa dengan sampel sebanyak 70 mahasiswa.

Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, uji t dan koefisien diterminasi. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil nilai t signifikan ( $0,000 < 0,05$ ) dan t hitung  $> t$  tabel ( $7,085 > 1,995$ ) sehingga dapat disimpulkan ada pengaruh *word of mouth marketing* terhadap keputusan kuliah di STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung. Besarnya pengaruh *word of mouth marketing* terhadap keputusan kuliah sebesar 42,5% dan sisanya sebesar 57,5% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak teridentifikasi dalam penelitian ini.

Judul Skripsi : **PENGARUH WORD OF MOUTH MARKETING  
TERHADAP KEPUTUSAN KULIAH DI STIE  
MUHAMMADIYAH PRINGSEWU**

Nama Mahasiswa : PUTRI ANDRIYANI

No. Pokok Mahasiswa : 15010018

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

#### MENYETUJUI

##### 1. Komisi Pembimbing

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Drs. Hi. Suminto Affandi, M.M**

**Dian Pratiwi, S.Pd., M.Pd.**

NIDN 9902006077

NIDN 0231128902

##### 2. Ketua Program Studi

**Atmi Saptarini, S.E., M.M.**

NIDN 0211097301

## MENGESAHKAN

### 1. Tim Penguji

Ketua : **Drs. Hi. Suminto Affandi, M.M.** (.....)

Sekretaris : **Dian Pratiwi, S.Pd., M.Pd.** (.....)

Anggota : **Atmi Saptarini, S.E., M.M.** (.....)

**Dhel Juni Pasha, S.E., M.M.** (.....)

### 2. Ketua STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung

**Sapto Yuwono., S.Pd., M.M.**

NBM 672194

### 3.

## PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Skripsi ini Kepada :

- Kedua orang tuaku Ibunda Siyamti dan Ayahanda Amat Isti yang telah merelakan anaknya merantau bertahun-tahun untuk menimba ilmu sampai mencapai gelar ini danyang selalu memberikan do'a tanpa henti.
- Kakak-kakak ku tersayang Sarfinah, Munjiyat, Akhmad Anwar beserta pasukan-pasukannya yang tanpa henti selalu memberikan semangat.
- dr. Agung Mudapati dan ibu Widha Prihati yang telah memberikan dukungan finansial selama ini sampai kejenjang sekarang dan mengajarkan arti tanggung jawab dan kemandirian.
- Maya, Novi Sapuja, Sapuji, Clara, Usnul, Destia, Indah yang selalu memberikan semangat, motivasi dan pencerahan selama ini dalam tahap penyelesaian skripsi.
- Almamater tercinta, STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan banyak kenangan selama masa perkuliahan.

## **MOTTO**

“Jika mereka bertanya padaku apakah aku menyesal, jawabanku adalah tidak.  
Berhasil ataupun gagal, aku bangga hidup diatas keputusan yang ku buat sendiri”

-Fiersa Besari-

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis lahir di Temanggung pada tanggal 17 Juni 1996 anak keempat dari empat bersaudara pasangan Bapak Amat Isti dengan Ibu Siyamti.

Pendidikan yang pernah ditempuh :

1. MI Muhammadiyah Botoputih Tembarak Temanggung, tamat tahun 2009
2. SMP Negeri 3 Pringsewu, tamat tahun 2012
3. SMA Negeri 1 Pringsewu, tamat tahun 2015
4. Tercatat sebagai mahasiswa STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung tahun 2015-2019

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan ke-hadirat Allah SWT. Karena hanya rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Word Of Mouth Marketing* Terhadap Keputusan Kuliah di STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung”.

Penulis tertarik dalam membuat penelitian ini dikarenakan ingin mengetahui apakah keputusan kuliah dipengaruhi oleh *word of mouth marketing*.

Dengan selesainya skripsi ini tak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Sapto Yuwono, S.Pd., M.M, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
2. Atmi Saptarini, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama proses belajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
3. Drs. Hi. Suminto Affandi, M.M, selaku pembimbing I (satu) yang dengan rasa kekeluargaan telah banyak membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini selesai.
4. Dian Pratiwi, S.Pd., M.Pd, selaku pembimbing II (Dua) pendamping yang memberi rasa sabar telah banyak memberikan bimbingan dan memberikan masukan kepada penulis hingga penulis skripsi ini selesai.
5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan materi dalam perkuliahan, sehingga ilmu yang bapak/ibu berikan mampu memberikan bekal untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan, terimakasih atas masukan, gagasan, ide, serta motivasinya, sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan.



Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, dan semoga tulisan yang sederhana ini dapat memberikan manfaat.

Pringsewu, 04 April 2019

**Putri Andriyani**

**NPM. 15010018**

## DAFTAR ISI

Halaman	
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Ruang Lingkup Penelitian .....	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERENGKA PIKIR DAN HIPOTESIS</b>	
A. Pengambilan Keputusan	
1. Pengertian Pengambilan Keputusan .....	6
2. Dasar-Dasar Pengambilan Keputusan.....	7
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan.....	9
4. Jenis-Jenis Pengambilan Keputusan .....	13
5. Indikator Pengambilan Keputusan.....	15
B. <i>Word Of Mouth Marketing</i>	
1. Promosi .....	17
a. Pengertian Promosi.....	17

b. Bentuk-Bentuk Promosi .....	18
2. <i>Word Of Mouth Marketing</i> .....	18
a. Pengertian <i>Word Of Mouth Marketing</i> .....	18
b. Jenis-Jenis <i>Word Of Mouth Marketing</i> .....	19
c. Faktor-Faktor Terjadinya <i>Word Of Mouth Marketing</i> .....	20
d. Karakteristik <i>Word Of Mouth Marketing</i> .....	21
e. Indikator <i>Word Of Mouth Marketing</i> .....	24
C. Kerangka Pikir .....	25
D. Hipotesis .....	26

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

A. Metode Penelitian .....	27
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	27
C. Metode Pengumpulan Data .....	29
D. Instrumen Penelitian .....	30
E. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	33
F. Metode Analisis Data .....	34

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Situasi dan Kondisi Tempat Penelitian .....	39
B. Pengumpulan dan Penyajian Data .....	42
C. Analisis Data .....	45
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	51

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	52
B. Saran .....	52

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Mahasiswa Baru yang Masuk pada Tahun 2013-2017 .....	2
2. Pengambilan keputusan calon mahasiswa dalam memilih kuliah di STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung.....	3
3. Kisi-Kisi Kuisisioner .....	31
4. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi .....	38
5. Data hasil observasi.....	42
6. Data hasil dokumentasi.....	43
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....	43
8. Tanggapan Mahasiswa Tentang <i>Word Of Mouth Marketing</i> .....	44
9. Tanggapan Mahasiswa Tentang Keputusan Kuliah .....	45
10. Hasil Validitas Variabel <i>Word Of Mouth Marketing</i> .....	46
11. Hasil Validitas Variabel Keputusan Kuliah .....	46
12. Hasil Uji Reliabelitas <i>Tryout</i> Variabel <i>Word Of Mouth Marketing</i> .....	47
13. Hasil Regresi Linier Sederhana .....	48
14. Uji T-Parsial .....	49
15. Hasil Data Koefisien Determinasi .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pikir Penelitian .....	26
2. Struktur Organisasi STIE Muhammadiyah Pringsewu .....	41