

**PENGARUH KREDIBILITAS WORD OF MOUTH TERHADAP
TINGKAT KETERLIBATAN KONSUMEN**

**(Survei terhadap Ibu Rumah Tangga pada Keikutsertaan
Program Agen 1000 Sunlight Tahun 2009 di Yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

Oleh:

ROSA FISTTY ANVELA

NIM: 04 09 02536

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2010

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KREDIBILITAS WORD OF MOUTH TERHADAP TINGKAT KETERLIBATAN KONSUMEN

**(Survei terhadap Ibu Rumah Tangga pada Keikutsertaan
Program Agen 1000 Sunlight Tahun 2009 di Yogyakarta)**

Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Oleh:

Rosa Fisty Anvela

04 09 02536

Disetujui oleh:



F. Anita Herawati, SIP, M.Si

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Word of Mouth* terhadap
Tingkat Keterlibatan Konsumen

Penyusun : Rosa Fisty Anvela

NIM : 04 09 02536

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada:

Hari : Jum'at, 8 Januari 2010

Waktu : 12.00 WIB - selesai

Tempat : Ruang Pendadaran Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP, M.Si

Penguji Utama

Drs. Ign. Agus Putranto, M. Si

Penguji I

Y. Bambang W, S.Sos, M.A

Penguji II



Three handwritten signatures are present, each on a horizontal line. The first signature is at the top, the second in the middle, and the third at the bottom. The second signature appears to be 'agus'.

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rosa Fistty Anvela

Nomor Mahasiswa : 04 09 02536

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Pengaruh Kredibilitas *Word of Mouth* terhadap Tingkat Keterlibatan Konsumen

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 22 Januari 2010

Saya yang meny



Rosa Fistty Anvela



HALAMAN PERSEMBAHAN

TANGAN TUHAN

Apa yang ku alami kini,
mungkin tak dapat aku mengerti.

Sentuhan tanamkan di hati,
indah semua yang Tuhan beri.

Tuhanku tak akan memberi ular beracun,
pada yang minta roti.

Cobaan yang aku alami,
tak melebihi kekuatanku.

Tangan Tuhan sedang merenda

Suatu karya yang agung mulia

Saatnya kan tiba nanti

Ku lihat pelangi kasih-Nya.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Keluarga tercinta

Sahabat terdekat

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Bapa di surga karena limpahan kasih-Nya yang selalu menyertai penulis selama proses pengerjaan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos).

Selama proses penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. F. Anita Herawati, SIP, M.Si, selaku dosen pembimbing dan dosen penguji utama, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, petunjuk, serta pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si, (dosen penguji I) dan Y. Bambang W, S.Sos, MA (dosen penguji II) yang telah membimbing penulis dan memberikan masukan serta saran yang mendukung.
3. Unilever: Ibu Afriani Karina dan Ibu Sofie yang telah memberikan informasi mengenai Unilever serta Program Agen 1000 Sunlight.
4. Ibu Huristiana dan Ibu Karmila, yang telah memberikan informasi mengenai Program Agen 1000 Sunlight serta menemani penulis ke lokasi penelitian hingga penyebaran kuesioner untuk penelitian selesai.
5. Keluargaku tercinta: Antonius Karsana dan Veronica Sriningsih, yang telah memberikan dukungan moral dan material dalam penyelesaian skripsi; adik-

adikku Frida Kentty Anvela dan Benediktus Ganny Anvela; nenekku terkasih, tante yang telah memberikan dukungan dan doa.

6. Daniel, yang senantiasa memberikan perhatian, dukungan moral dan material, meminjamkan buku, menemaniku ke lokasi penelitian, dan mengajarkanku SPSS.
7. Teman-teman hotel: Ibu Irene, Mas Ary, Mbak Nino, Bapak Aldy, Bapak Guntur, Bapak Dradjat, Mbak Arga, Rick Horst, Ruby Simon, Lukasz Sipa, Bapak Dewo, Tacik, Mbak Diah, Ibu Ayu, Bapak Pras, Bapak Ahmad, Bapak Didik, Bapak Suryo, dan semuanya yang belum disebutkan, terimakasih atas doa dan dukungan, pertanyaan kalian yang berulang-ulang mengenai kelulusanku menjadi penyemangatkku dalam mengerjakan skripsi.
8. Teman-teman dekatku: Irna, Erni, Nila, Grafisi, Nana, Ary, Desi, Desi Vanlith, Tika, Hetty, Ria, Diah, Nita, Della, Lina, Dini, Dewi, Yohi, Asdi yang telah memberikan dukungan, perhatian, dan doa.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis memerlukan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 22 Januari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori.....	9
F. Kerangka Konsep.....	21
G. Hipotesa.....	25
H. Definisi Operasional	25
I. Metodologi Penelitian	29
1. Metode Penelitian	29
2. Jenis Penelitian	29
3. Obyek Penelitian	30
4. Tempat dan Waktu Penelitian	30
5. Populasi dan Sampel	30
6. Metode Pengumpulan Data	32
7. Metode Pengukuran Data/Skala	33

8. Metode Pengujian Instrumen.....	33
9. Metode Analisis Data.....	35

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Unilever Indonesia	39
B. Perkembangan Unilever	44
C. Misi Unilever.....	45
D. Logo Unilever.....	45
E. Nilai-nilai Unilever	45
F. Produk Unilever.....	46
G. Struktur Organisasi Unilever.....	47
H. Sunlight	48
I. Program Agen 1000 Sunlight	49
J. Deskripsi Sampel Penelitian.....	50

BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Data di Lapangan	54
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	57
3. Deskripsi Variabel Penelitian	58
4. Teknik Korelasi Parsial	79
5. Analisis Regresi Linear Sederhana	82
6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
B. Analisis Data	92

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	101
B. Saran	102

DAFTAR PUSTAKA.....	104
----------------------------	------------

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Bagan Elemen-elemen dalam Proses Komunikasi.....	10
Gambar 2: Konsep-konsep Inti Pemasaran	12
Gambar 3: Model Dasar Keterlibatan Produk Konsumen	18
Gambar 4: Hubungan antar Konsep dalam Penelitian.....	22
Gambar 5: Logo Unilever	45
Gambar 6: Struktur Organisasi Unilever.....	47
Gambar 7: Produk Sunlight.....	48
Gambar 8: Hubungan variabel “Kredibilitas Agen 1000 Sunlight” dengan variabel “Tingkat Keterlibatan Ibu Rumah Tangga pada Keikutsertaan Program Agen 1000 Sunlight”	80
Gambar 9: Hubungan variabel “Kredibilitas Agen 1000 Sunlight” dengan variabel “Tingkat Keterlibatan Ibu Rumah Tangga Pada Keikutsertaan Program Agen 1000 Sunlight” dikontrol variabel “Tingkat Kepentingan Ibu Rumah Tangga”	81
Gambar 10: Diagram Hasil Penelitian dengan Uji Korelasi Parsial.....	92
Gambar 11: Diagram Hasil Penelitian dengan Uji Regresi Linear Berganda..	94

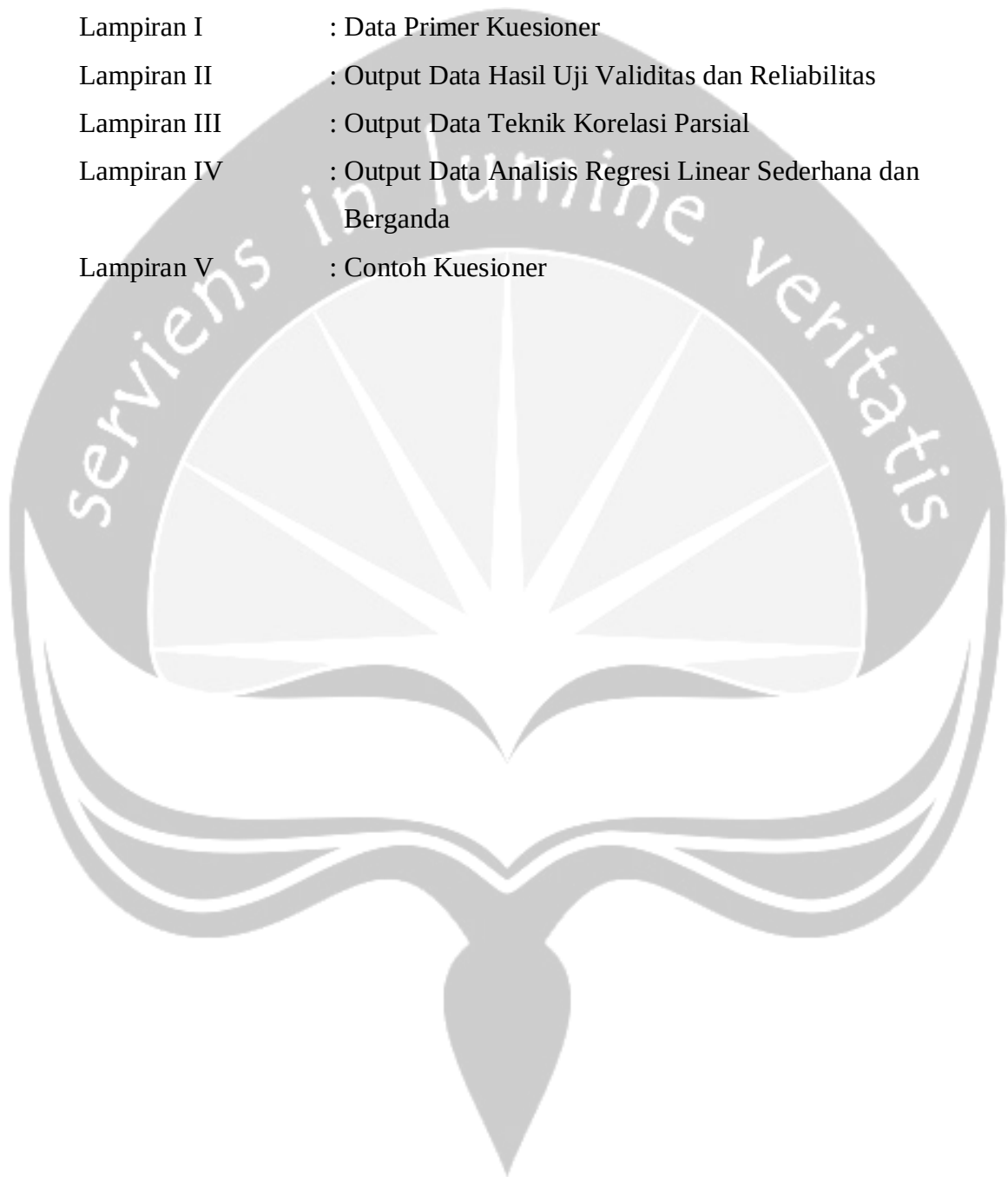
DAFTAR TABEL

Tabel 1: Skala untuk Mengukur Kredibilitas Komunikator.....	15
Tabel 2: Data Populasi Daerah Penelitian Agen 1000 Sunlight 2009	31
Tabel 3: Data Jumlah Sampel Penelitian	31
Tabel 4: Hasil Uji Validitas Variabel "Kredibilitas Agen 1000 Sunlight"	55
Tabel 5: Hasil Uji Validitas Variabel "Tingkat Kepentingan Ibu Rumah Tangga"	56
Tabel 6: Hasil Uji Validitas Variabel "Tingkat Keterlibatan Ibu Rumah Tangga pada Keikutsertaan Program Agen 1000 Sunlight"	56
Tabel 7: Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 8: Persentase Jawaban Pernyataan ke-1, ke-2, dan ke-3 Kuesioner Responden Variabel "Kredibilitas Isi Pesan Agen"	59
Tabel 9: Persentase Jawaban Pernyataan ke-4, ke-5, dan ke-6 Kuesioner Responden Variabel "Kredibilitas Isi Pesan Agen"	60
Tabel 10: Persentase Jawaban Pernyataan ke-7, ke-8, dan ke-9 Kuesioner Responden Variabel "Kredibilitas Isi Pesan Agen"	61
Tabel 11: Persentase Jawaban Pernyataan ke-10, ke-11, ke-12, dan ke-13 Kuesioner Responden Variabel "Kredibilitas Agen"	62
Tabel 12: Persentase Jawaban Pernyataan ke-14, ke-15, dan ke-16 Kuesioner Responden Variabel "Kredibilitas Agen"	64
Tabel 13: Persentase Jawaban Pernyataan ke-17, ke-18, dan ke-19 Kuesioner Responden Variabel "Kredibilitas Agen"	65
Tabel 14: Persentase Jawaban Pernyataan ke-20, ke-21, ke-22, dan ke-23 Kuesioner Responden Variabel "Tingkat Kepentingan Ibu Rumah Tangga"	66
Tabel 15: Persentase Jawaban Pernyataan ke-24, ke-25, dan ke-26 Kuesioner Responden Variabel "Tingkat Kepentingan Ibu Rumah Tangga"	68
Tabel 16: Persentase Jawaban Pertanyaan ke-27, ke-28, dan ke-29 Kuesioner Responden Variabel "Tingkat Keterlibatan Ibu Rumah	

Tangga pada Keikutsertaan Program Agen 1000 Sunlight"	69
Tabel 17: Rata-rata Penilaian Variabel "Kredibilitas Agen 1000 Sunlight"	71
Tabel 18: Tabel Penghitungan Interval Variabel.....	73
Tabel 19: Tabel Frekuensi "Kredibilitas Agen 1000 Sunlight"	74
Tabel 20: Rata-rata Penilaian Variabel "Tingkat Kepentingan Ibu Rumah Tangga"	75
Tabel 21: Tabel Frekuensi "Tingkat Kepentingan Ibu Rumah Tangga"	76
Tabel 22: Rata-rata Penilaian Variabel "Tingkat Keterlibatan Ibu Rumah Tangga pada Keikutsertaan Program Agen 1000 Sunlight"	77
Tabel 23: Tabel Frekuensi "Tingkat Keterlibatan Ibu Rumah Tangga pada Keikutsertaan Program Agen 1000 Sunlight"	79
Tabel 24: Variables Entered/Removed(b).....	83
Tabel 25: Model Summary.....	83
Tabel 26: ANOVA(b)	85
Tabel 27: Coefficients(a).....	86
Tabel 28: Variables Entered/Removed(b).....	87
Tabel 29: Model Summary.....	88
Tabel 30: ANOVA(b)	89
Tabel 31: Coefficients(a).....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Data Primer Kuesioner
Lampiran II	: Output Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran III	: Output Data Teknik Korelasi Parsial
Lampiran IV	: Output Data Analisis Regresi Linear Sederhana dan Berganda
Lampiran V	: Contoh Kuesioner



ABSTRAKSI

Konsumen sebagai sasaran dari suatu produk mempunyai potensi untuk memasarkan kembali suatu produk. Pemasaran dilakukan konsumen melalui penyebaran informasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth marketing*. Saat ini konsep *word of mouth marketing* sedang marak digunakan untuk memasarkan suatu produk. Riset dari Marketing Riset Indonesia di Jakarta mengatakan bahwa *word of mouth* mampu mengalahkan media *Above The Line* (ATL).

Informasi yang ditularkan konsumen dapat membangkitkan kepercayaan, baik informasi yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif. Cara penyampaian informasi yang berbeda-beda dapat menentukan kredibilitas seorang konsumen sebagai komunikator. Kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima dan diikuti oleh khalayak (Cangara, 1998:95). Kredibilitas komunikator dapat diukur melalui daya tarik, keterpercayaan, dan keahlian (Ohanian, 1990:19). Komunikator yang mempunyai ketiga hal tersebut dalam menyampaikan suatu pesan dapat membuat seseorang terlibat didalamnya.

Keterlibatan mengacu pada persepsi konsumen tentang pentingnya atau relevansi personal suatu obyek, kejadian, atau aktivitas (Peter, 2000:82). Sebelum seseorang merasa terlibat, terlebih dahulu orang tersebut akan mengenali kebutuhannya, mencari informasi untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan, melakukan pemrosesan informasi untuk mengevaluasi alternatif yang ada, kemudian seseorang akan merasa penting atau tidak untuk mengikuti seperti yang disampaikan oleh komunikator.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas *word of mouth* terhadap tingkat keterlibatan konsumen pada keikutsertaan program Agen 1000 Sunlight tahun 2009 di Yogyakarta ketika dikontrol oleh tingkat kepentingan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian survei. Jenis penelitiannya yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian ini mengambil populasi seluruh ibu rumah tangga di daerah Serangan, Condongmangu, dan Gumuk Yogyakarta, sejumlah 728 ibu rumah tangga. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 73 ibu rumah tangga.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan teknik korelasi parsial antara variabel pengaruh Kredibilitas Agen 1000 Sunlight dengan variabel terpengaruh Tingkat Keterlibatan Ibu Rumah Tangga pada Keikutsertaan Program Agen 1000 Sunlight yang dikontrol variabel Tingkat Kepentingan Ibu Rumah Tangga terlihat bahwa kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang positif dan lemah. Variabel kontrol Tingkat Kepentingan Ibu Rumah Tangga memperlemah hubungan diantara kedua variabel tersebut.

Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa antara variabel Kredibilitas Agen 1000 Sunlight dan Tingkat Kepentingan Ibu Rumah Tangga dengan variabel Tingkat Keterlibatan Ibu Rumah Tangga pada Keikutsertaan Program Agen 1000 Sunlight mempunyai pengaruh yang positif dan lemah.

Kata kunci: Kredibilitas, Tingkat Kepentingan, Tingkat Keterlibatan