

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KESEDIAAN
UNTUK MELAKUKAN KOMUNIKASI WOM PADA PENGGUNA
SMARTPHONE YANG BERBEDA MEREK**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh:

MELVIN LIBERTO

NPM :09 03 17737

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2013**

SKRIPSI

TERGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KESEDIAAN
PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KESEDIAAN
UNTUK MELAKUKAN KOMUNIKASI WOM PADA PENGGUNA

SMARTPHONE YANG BERBEDA MEREK

Tulang dipersiapkan dan dilengkapi dengan tanda tangan diatas

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

Disusun Oleh:

MELVIN LIBERTO

NPM : 09 03 17737

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama

J. Sudarsono, DRS., MS.

12 Oktober 2013

SKRIPSI
PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KESEDIAAN
UNTUK MELAKUKAN KOMUNIKASI WOM PADA PENGGUNA
SMARTPHONE YANG BERBEDA MEREK

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

MELVIN LIBERTO

NPM : 09 03 17737

Telah dipertahankan di depan panitia pengaji pada tanggal 7 November
2013 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji

P. Dijit Krisnadewara, Drs., MM.

J. Sudarsono, Drs., MS.

C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.

Yogyakarta, 7 November 2013

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dr. Dorothea Wahyu Ariani, S.E., MT.

PERNYATAAN

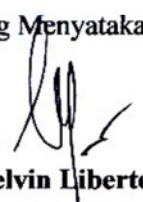
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KESEDIAAN
UNTUK MELAKUKAN KOMUNIKASI WOM PADA PENGGUNA
*SMARTPHONE YANG BERBEDA MEREK***

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam bentuk catatan atau daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dalam skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 12 Oktober 2013

Yang Menyatakan,

Melvin Liberto

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karuniaNya yang dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Tuhan Yesus yang sangat luar biasa memungkinkan ini terjadi. Terima kasih atas kesempatan, kekuatan, dan campur tangan yang diberikan pada penulis.
2. Orang tua, Mama dan Papa tercinta yang sudah memberikan dukungan dalam bentuk moril maupun materiil yang tak ternilai oleh apapun. Tak lupa saya ucapakan terima kasih juga kepada kakak-kakak tercinta Vonny Yogianti, Ivan Christina, Novie Christiana yang ikut andil dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak J. Sudarsono, Drs., MS, selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing dan memberikan arahan sampai terselesaiannya skripsi ini.
4. Nadia Ozzy atas semua perhatian, support, dan pengertiannya. You are my best partner.
5. Teman-temanku Imm, Nico, Haris, Hengki, Satrio, Tan, Hoho, Fibby, Luci terima kasih atas bantuan, kebersamaan, dukungan, dan doanya.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu baik secara langsung maupun tidak langsung yang sudah membantu penulis sehingga terselesaiannya skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan perhatian kepada semua pihak yang telah ikut serta dalam penyelesaian skripsi ini dan berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 12 Oktober 2013

Melvin Liberto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.6. Sistematika Penulisan	12
 BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN	
 HIPOTESIS	
2.1. Penyebab Kebingungan Konsumen	14
2.2. Kepercayaan Konsumen.....	16

2.3. <i>Word of Mouth</i>	16
2.4. Hipotesis.....	22
2.5. Kerangka Penelitian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Tempat Penelitian.....	26
3.2. Populasi dan Sampel	26
3.3. Sumber Data.....	27
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5. Metode Pengukuran Data.....	29
3.6.Pengujian Instrumen Penelitian	29
3.6.1. Uji Validitas.....	30
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	31
3.6.3. Metode Analisis Data Kuantitatif.....	32
3.6.4. Perhitungan Persentase.....	32
3.6.5. Uji Regresi Linier Sederhana.....	33
3.6.6. Uji Regresi Linear Berganda.....	34
3.6.7. Uji <i>Independent Sample T-Test</i>	38
3.6.8. Uji <i>One Sample T-Test</i>	39
3.6.9. Uji <i>OnewayAnova</i>	41

BAB IV ANALISIS DATA

4.1. Uji Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	43
4.2. Profil Responden.....	45
4.3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52

4.4. Hasil Analisis Regresi Moderasi.....	53
4.5. Hasil <i>One Sample T-Test</i>	56
4.6. Hasil Analisis <i>Oneway Anova</i>	58
4.6.1. Perbedaan Bidang Ilmu dan Merek <i>Smartphone</i> yang dimiliki saat ini.....	58
4.7. Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP.....	65
5.1. Kesimpulan.....	65
5.2. Saran.....	66
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.3	Persentase Responden Berdasarkan Bidang Ilmu.....	46
Tabel 4.4	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.5	Persentase Responden Berdasarkan Merek <i>Smartphone</i>	47
Tabel 4.6	Persentase Responden Berdasarkan Lama Menggunakan <i>Smartphone</i>	47
Tabel 4.7	Persentase Responden Berdasarkan Banyaknya <i>Smartphone</i> Yang Digunakan.....	48
Tabel 4.8	Persentase Responden Berdasarkan Hal Penting Dalam Memilih <i>Smartphone</i>	48
Tabel 4.9	Persentase Responden Berdasarkan Peruntukan <i>Smartphone</i>	49
Tabel 4.10	Persentase Responden Berdasarkan Saran Untuk Memilih Merek <i>Smartphone</i>	49
Tabel 4.11	Persentase Responden Berdasarkan Sumber Informasi Yang Didapat.....	50
Tabel 4.12	Persentase Responden Berdasarkan Informasi Memadahi.....	51
Tabel 4.13	Persentase Responden Berdasarkan Merek <i>Smartphone</i> Yang Akan Dibeli.....	51
Tabel 4.14	Tabel Pengaruh Kepercayaan Terhadap WOM.....	52
Tabel 4.15	Tabel Pendapat Kemiripan Produk.....	53

Tabel 4.16	Tabel Merek <i>Smartphone</i> Yang Digunakan.....	54
Tabel 4.17	Tabel Bidang Ilmu Yang Dipelajari.....	55
Tabel 4.18	Tabel <i>One Sample t-Test</i>	56
Tabel 4.19	Tabel <i>OnewayAnova</i> (Bidang Ilmu Yang Dipelajari).....	57
Tabel 4.20	Tabel <i>OnewayAnova</i> (Merek Yang Dimiliki).....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner
- Lampiran II Data Responden
- Lampiran III Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran IV Analisis *One Sample T-Test*
- Lampiran V Analisis Regresi Linier Sederhana dan Moderasi
- Lampiran VI Analisis *Independent Sample T-Test*
- Lampiran VII Analisis *Oneway Anova*

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KESEDIAAN
UNTUK MELAKUKAN KOMUNIKASI WOM PADA PENGGUNA
SMARTPHONE YANG BERBEDA MEREK**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

**Disusun Oleh:
Melvin Liberto
NPM : 09 03 17737**

Pembimbing

J. Sudarsono, Drs., MS

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek kepercayaan konsumen terhadap kesediaan untuk melakukan komunikasi WOM pada pengguna *smartphone* yang berbeda merek serta pemberian derajat pendapat tentang kebingungan atas kemiripan produk konsumen atas produk *smartphone*, serta menganalisis apakah terdapat perbedaan mengenai kepercayaan konsumen dan kesediaan melakukan komunikasi WOM pada bidang ilmu yang dipelajari dan merek *smartphone* yang dimiliki saat ini. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 128 responden Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *one sample T-Test*, regresi linier sederhana dan moderasi, *independent sample T-Test*, *oneway anova*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap kesediaan melakukan komunikasi WOM memiliki pengaruh signifikan positif, pendapat tentang kebingungan konsumen atas kemiripan produk memiliki pengaruh signifikan negatif berpengaruh kepercayaan konsumen terhadap kesediaan melakukan komunikasi WOM, bidang ilmu yang dipelajari dan kepercayaan konsumen memiliki interaksi signifikan negatif terhadap kesediaan melakukan komunikasi WOM, merek *smartphone* yang dimiliki saat ini dan kepercayaan konsumen memiliki interaksi signifikan positif terhadap kesediaan melakukan komunikasi WOM serta fitur *smartphone* menjadi hal penting mahasiswa memilih merek *smartphone*, mahasiswa mempunyai informasi yang cukup sebelum membeli *smartphone*, sumber informasi yang digunakan adalah teman, peruntukan *smartphone* sebagai alat komunikasi, merek *smartphone* yang dimiliki mayoritas adalah Blackberry.

Kata kunci : kepercayaan konsumen, WOM, mahasiswa, *smartphone*.