

**HUBUNGAN ANTARA *WORD OF MOUTH COMMUNICATION*
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* ASUS
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mendapatkan

Gelar Sarjana Psikologi

Oleh

YANCE AMELIA

1010352024



Pembimbing:

Fitria Rahmi, M.Psi., Psikolog

Septi Mayang Sarry, M.Psi., Psikolog

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS ANDALAS

2017

The Relationship Between Word of Mouth Communication with Decision Purchase Asus Smartphone on Students of Andalas University

Yance Amelia¹⁾

Fitria Rahmi²⁾ Septi Mayang Sarry²⁾

1) *Psychology's student, Medical Faculty, Andalas University*

2) *Psychology's lecturer, Medical Faculty, Andalas University*

ABSTRACT

Asus smartphones did not have an advertisement to promote their on television, but there were many Andalas University students who decided to purchase this smartphone. This happened because of the recommendation they get from people around them or commonly known as word of mouth communication.

This study aimed to analyze the relationship between Word of Mouth Communication with the Asus smartphone Decision Purchase on students of Andalas University. The method used was Quantitative Research Methods. The type of research was Correlational Research. The number of sample in this study were 268 students who used Asus smartphone. The data were collected using adaptation scale of Word of Mouth Communication questionnaire by Octaviantika (2012) which was constructed based on Godes and Mayzlim theory of word of mouth communication (2005). This scale consisted of 10 items ($r_{ix} = 0.823$). To measure Decision Purchase, researcher constructed scale herself based on Kotler and Kettler theory of decision purchase (2008), which was consisted of 58 item ($r_{ix} = 0.948$). Data analysis were done by Pearson product moment correlation using SPSS 16.0.

The results of analysis showed that $r = 0.632$, $p = 0.000$ ($p < 0.05$). The results showed that there are a positive relationship, strong, and significant between Word of Mouth Communication with the Decision Purchase on students of Andalas University who are used Asus smartphone.

Keyword: word of mouth communication, decision purchase, Asus smartphones, Andalas University students



Hubungan antara *Word of Mouth Communication* dengan Keputusan Pembelian *Smartphone* Asus pada Mahasiswa Universitas Andalas

Yance Amelia¹⁾

Fitria Rahmi²⁾ Septi Mayang Sarry²⁾

1) Mahasiswa Psikologi, Fakultas Kedokteran Universitas Andalas

2) Staf Pengajar Program Studi Psikologi, Universitas Andalas

ABSTRAK

Smartphone Asus tidak melakukan promosi iklan di televisi, tetapi banyak mahasiswa Universitas Andalas yang memutuskan untuk membeli *smartphone* ini. Hal ini disebabkan karena adanya rekomendasi dari orang-orang terdekat atau yang biasa dikenal dengan istilah *word of mouth communication*.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara *word of mouth communication* dengan keputusan pembelian *smartphone* Asus pada mahasiswa Universitas Andalas. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Jenis penelitiannya adalah penelitian korelasional. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 268 orang mahasiswa Universitas Andalas yang menggunakan *smartphone* Asus dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan skala penelitian psikologi yaitu skala adaptasi *word of mouth communication* oleh Octaviantika (2012) yang disusun berdasarkan teori Godes dan Mayzlin (2005). Skala ini terdiri dari 10 aitem ($r_{ix} = 0,823$). Sedangkan untuk mengukur keputusan pembelian digunakan skala keputusan pembelian yang disusun sendiri oleh peneliti berdasarkan teori Kotler dan Keller (2008) yang terdiri dari 58 aitem ($r_{ix} = 0,948$). Analisis data dilakukan dengan analisis korelasi *product moment* dari Pearson dengan menggunakan SPSS 16.0.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan nilai $r = 0,632$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif, kuat, dan signifikan antara *word of mouth communication* dengan keputusan pembelian *smartphone* Asus pada mahasiswa Universitas Andalas.

Kata Kunci: *word of mouth communication*, keputusan pembelian, *smartphone* Asus, mahasiswa Universitas Andalas