

**PENGARUH KEPERCAYAAN, TAMPILAN FISIK DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP PERILAKU *WORD OF MOUTH*
PADA PRODUK INDOMIE
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen



Oleh:

**MOHAMMAD YUSUF BACHTIARUDDIN
2011210465**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2015**


**PENGARUH KEPERCAYAAN, TAMPILAN FISIK DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP PERILAKU *WORD OF MOUTH*
PADA PRODUK INDOMIE
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**MOHAMMAD YUSUF BACHTIARUDDIN
2011210465**

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 8 Agustus 2015



Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN, TAMPILAN FISIK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP PERILAKU *WORD OF MOUTH* PADA PRODUK INDOMIE DI SURABAYA

Diajukan oleh :

MOHAMMAD YUSUF BACHTIARUDDIN

2011210465

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal

Tim Penguji

Penguji 1 : Drs. Irawan, MM

Penguji 2 : Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH



Sekretaris : Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM



PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a : Mohammad Yusuf Bachtiaruddin
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 28 November 1992
N.I.M : 2011210465
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
J u d u l : Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Fisik dan
Inovasi Produk Terhadap Perilaku *Word of Mouth*
pada Produk Indomie di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen	Dosen Pembimbing,
Tanggal :	Tanggal :
	
<u>(Dr. Muazaroh, SE., M.T)</u>	<u>(Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM)</u>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.” (Andrew Jackson)”

*“Masa depan bukanlah sesuatu yang kita tunggu
Melainkan sesuatu yang akan kita ciptakan bersama sama”*

“Berharaplah kepada Allah SWT, Rasul-nya, dan orang-orang yang beriman “ Sesungguhnya penolongmu hanyalah Allah SWT, rasulnya dan orang-orang beriman yang melaksanakan shalat dan menunaikan zakat, seraya tunduk (Q.S. al-Maidah : 55)

Kupersembahkan untuk:

Special thanks to **ALLAH SWT** atas berkat, rahmat dan perlindungannya, sehingga terselesaikan skripsiku ini, Rasa bersyukur tidak akan terputus dalam setiap doa yang terucap.

Kepada kedua **Orang Tua ku** tercinta dan tersayang .ALHAMDULILLAH Anak keduamu ini sudah SARJANA. Terimakasih karena telah melahirkan ku, membesarkan aku, memberiku kasih sayang, memberi semangat serta dorongan untuk dapat menjadi pribadi yang lebih baik. Terimakasih untuk Doa, kasih sayang dan pengorbanan yang telah kalian lakukan, semoga saya bisa membuat kalian bangga. AMINNN YA RABBAL ALAMIN.

Untuk Dosen pembimbing bapak **Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM**, terima kasih untuk bimbingannya dan meluangkan waktu untuk berbagi ilmu.

Untuk mas **AGUNG dan RAFLI** yang dilahirkan sebagai saudara kandungku. semoga kita sama-sama jadi orang yang sukses, sayang pada orangtua dan berguna bagi semua orang.

Untuk teman seperjuangan ngerjain skripsi om **Wijay, suhu dimas Saleho, tius & galih NOCIN**

Untuk teman seperjuangan ketika kuliah **IFAN JKT48, Adit WOTA, Erik Chibi** yang selalu ngajari matakuliah itung itungan.

Untuk teman seperjuangan di jurusan marketing management Fransisco Lopez, Eza INTER MERDA dan semua panitia Marketing Festival Terutama Dosen Mbois, pinter mbanyol Bpk Basuki Rahmat

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, sehingga atas Rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Strata Satu Jurusan Manajemen, dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Fisik dan Inovasi Produk Terhadap Perilaku *Word of Mouth* pada Produk Indomie di Surabaya”.

Dalam penyusunan skripsi ini begitu banyak pihak yang telah membantu dan membimbing, maka pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Lutfi, SE., M.Fin. Selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Bapak Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM, selaku dosen pembimbing dalam pembuatan skripsi yang telah banyak memberi arahan selama pengerjaan skripsi ini
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran dan memberikan berbagai saran
5. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
6. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya

7. Seluruh Rekan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

Surabaya, 30 Juli 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN PERNYATAAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.4 Kerangka Pemikiran	23
2.5 Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Rancangan Penelitian.....	24
3.2 Batasan Penelitian.....	24
3.3 Identifikasi Variabel	25
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.6 Instrumen Penelitian	28
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	31
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	32
3.9 Teknik Analisis Data	33

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	37
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	37
4.2 Analisis Data.....	40
4.3 Pembahasan.....	53

BAB V PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	56
5.3 Saran	57

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Pangsa Pasar Indomie Tahun 2013	4
Tabel 1.2 : Pangsa Pasar Indomie Tahun 2014	4
Tabel 1.3 : Pangsa Pasar Indomie Tahun 2015	5
Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu	15
Tabel 3.1 : Skala Interval	29
Tabel 3.2 : Kisi kisi Kuesioner	30
Tabel 4.1 : Karakteristik responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.2 : Karakteristik responden Berdasarkan Pendidikan terakhir	40
Tabel 4.3 : Karakteristik responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.4 : Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.5 : Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar	42
Tabel 4.6 : Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Besar	43
Tabel 4.7 : Tabel Interval	45
Tabel 4.8 : Tanggapan responden terhadap variabel Kepercayaan	45
Tabel 4.9 : Tanggapan responden terhadap variabel Tampilan Fisik.....	46
Tabel 4.10 : Tanggapan responden terhadap variabel Inovasi Produk.....	48
Tabel 4.11 : Tanggapan responden terhadap variable <i>Word of Mouth</i>	49
Tabel 4.12 : Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	50
Tabel 4.13 : Hasil Uji t	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran jurnal Houshang Taghizadeh <i>et al</i>	12
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran jurnal Shu Chuan Chu <i>et al</i>	14
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran saat ini.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Kriteria Responden Berdasarkan Karakteristik
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Sampel Besar
- Lampiran 4 : Data Responden Sampel Besar
- Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar
- Lampiran 6 : Tanggapan Responden dalam variable penelitian
- Lampiran 7 : Hasil Output SPSS Regresi Linier

*THE INFLUENCE OF TRUST, TANGIBLE, AND PRODUCT INNOVATION ON
WORD OF MOUTH BEHAVIOR OF INDOMIE IN SURABAYA*

Mohammad Yusuf Bachtiaruddin
2011210465
rudibachtiar28@yahoo.co.id

ABSTRACT

Trust has an important role in influencing the word of mouth behavior. Consumers who believes in a brand because of it quality will influence other consumers to consume the same brand. because the recommendation of friends or family can make a product credibility to be greater because it had been proven. Attractive and innovative packaging can provide benefit to the company exceeds the competitors and to drive sales, while a badly designed packaging can lead consumers to switch to a competing product which resulted in the company sales, and attractive tangible, different and unique will make consumers not to hesitate to choose, because they want to try new things that they think are interesting. This research use questionnaire as an instrument to get the response of the respondent. A questionnaire was spread to one hundred ten people who have ever consume indomie in Surabaya. Regression analysis was used to test the effect of independent variables on the dependent variable. Multiple Regression Analyse is used to examine the effect of the independent variables on dependent variable. The findings of this research shows trust, tangible and product innovation has positive significant effect on word of mouth behavior

Keywords: *Trust, Tangible, and Product Innovation, Word of Mouth Behavior*