

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND AWARENESS* SHOPEE (SURVEI PADA PENGGUNA SHOPEE DI JAKARTA)**

**MEUTHIA RAHMI  
1702517011**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

***THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH ON BRAND  
AWARENESS SHOPEE (SURVEY OF SHOPEE CONSUMERS IN  
JAKARTA)***

**MEUTHIA RAHMI  
1702517011**



*This Scientific Work is structured to fulfill one of the requirements to get an Associate Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2020***

## ABSTRAK

**Meuthia Rahmi. 2020. 1702517011. “Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Shopee (Survei Pada Pengguna Shopee di Jakarta)”. Program Studi Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui deskripsi *word of mouth* dan *brand awareness*, serta mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap *brand awareness* pada pengguna Shopee. Penelitian ini menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Shopee yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden, dengan teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth* mempunyai pengaruh positif namun tidak terlalu signifikan terhadap *brand awareness*. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung pada variabel *word of mouth* sebesar 6,017 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien determinasi menunjukkan angka sebesar 0,197, yang berarti bahwa variabel *word of mouth* mempengaruhi variabel *brand awareness* sebesar 19,7%. Sedangkan 80,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Word of Mouth, Brand Awareness*

## **ABSTRACT**

**Meuthia Rahmi. 2020. 1702517011. The Effect of Word of Mouth on Shopee's Brand Awareness (Survey on Shopee's Customers in Jakarta)". Marketing Management Study Program. Faculty of Economics. State University of Jakarta.**

*This research aimed to determine the description of word of mouth and brand awareness. This research was furthermore to determine the effect of word of mouth on brand awareness among Shopee's customers. The method used in this research was a survey method. The population used in this research was all Shopee's customers who live in Jakarta. The sample utilized in this research was 150 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The analytical method employed was a simple linear regression analysis method.*

*The results showed that word of mouth had a positive effect on brand awareness but was not significant. It was proven by the t value in the word of mouth variable of 6.017 with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . The coefficient of determination indicated a value of 0.197, which means that the word of mouth variable affected the brand awareness variable by 19.7%. Meanwhile, the remaining 80.3% was influenced by other variables that were not examined in this research.*

**Keyword: Word Of Mouth, Brand Awareness**

## LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL KARYA ILMIAH

### PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SEMINAR PROPOSAL KARYA ILMIAH

Mengetahui,

Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Pembimbing



**Dra. Sholikhah, M.M**

NIP : 196206231990032001

04 Agustus 2020



**Dra. Sholikhah, M.M**

NIP : 196206231990032001

04 Agustus 2020

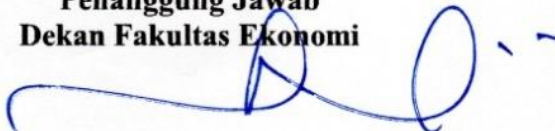
Nama : MeuthiaRahmi  
No. Registrasi : 1702517011  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

## LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH




### Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

#### LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd  
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.</u> NIP. 197201252002121002 (Ketua Sidang)		21 Agustus 2020
2.	<u>Dr. Christian Wiradendi Wolor, SE., MM.</u> NIP. 199110182019031014 (Penguji Ahli)		15 Agustus 2020
3.	<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001 (Pembimbing)		21 Agustus 2020

Nama : Meuthia Rahmi  
No. Registrasi : 1702517011  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tanggal Lulus : 10 Agustus 2020

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Meuthia Rahmi

NIM : 1702517011

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul **“Pengaruh *Word of Mouth* terhadap *Brand Awareness* Shopee (Survei pada Pengguna Shopee di Jakarta)”** ini adalah benar-benar karya ilmiah saya, dan saya tidak melakukan tindakan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Apabila kemudian ditemukan pelanggaran dan penyimpangan dalam karya ilmiah saya, saya siap menerima tindakan atau sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Meuthia Rahmi

NIM. 1702517011

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan Karya Ilmiah dengan judul **“Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Shopee (Survei pada Pengguna Shopee di Jakarta)”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Karya Ilmiah ini dibuat berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan kepada pengguna Shopee yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta.

Penyusunan Karya Ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Ahli Madya pada program studi DIII Manajemen Pemasaran di Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan Karya Ilmiah ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu serta selalu memberi dukungan dan doa kepada peneliti dalam menyelesaikan penyusunan Karya Ilmiah ini, khususnya kepada:

1. Dra. Sholikhah, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penyusunan Karya Ilmiah ini, dan sebagai Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.



3. Seluruh dosen program studi DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu dan pelajaran yang sangat bermanfaat selama peneliti menjalani perkuliahan.
4. Ibu Tumiarti, selaku orang tua peneliti yang senantiasa memberikan doa serta dukungan dalam bentuk apapun baik moral maupun material bagi peneliti.
5. Teman-teman peneliti yang senantiasa memberi dukungan dan semangat kepada peneliti dalam menyusun Karya Ilmiah ini.

Peneliti menyadari bahwa Karya Ilmiah ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Karya Ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 10 Agustus 2020

Peneliti