

SKRIPSI

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN KEMASAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *WIRELESS MOUSE* MEREK HP
DI JAKARTA**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DISUSUN OLEH :

NAMA : KELVIN LEOMITRO

NIM : 115150292

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2019

Universitas Tarumanagara

Fakultas Ekonomi

Jakarta

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : KELVIN LEOMITRO
NIM : 115150292
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN
KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN WIRELESS MOUSE MEREK HP DI
JAKARTA

Jakarta, 18 Juli 2019

Dosen Pembimbing,



(Yenny Lego S.E., M.M.)

Universitas Tarumanagara
Fakultas Ekonomi
Jakarta

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : KELVIN LEOMITRO
NIM : 115150292
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN
KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN WIRELESS MOUSE MEREK HP DI
JAKARTA

Tanggal : 18 Juli 2019

Ketua Penguji :



(Rodhiah Dra., M.M.)

Tanggal : 18 Juli 2019

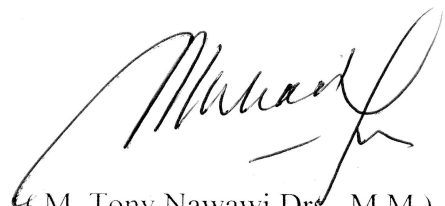
Anggota Penguji :



(Yenny Lego S.E., M.M.)

Tanggal : 18 Juli 2019

Anggota Penguji :



(M. Tony Nawawi Drs., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

ABSTRAK

- (A) KELVIN LEOMITRO
- (B) PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WIRELESS MOUSE MEREK HP DI JAKARTA
- (C) xiii + 66 halaman, 2019, tabel 13, gambar 8, lampiran 2
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen memilih produk yang cocok sesuai kebutuhannya dengan pertimbangan – pertimbangan yang ada. Tujuan penelitian ini adalah untuk mencari tahu apakah *word of mouth* dan kemasan dapat mempengaruhi keputusan pembelian *wireless mouse* merek HP di Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan analisis regresi berganda. Metode *sampling* pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dan pengolahan data menggunakan IBM SPSS 25. Peneliti menggunakan 133 responden, pengumpulan data responden dibantu dengan Google Form yang disebar mulai tanggal 1 Juli 2019 – 7 Juli 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* tidak mempengaruhi keputusan pembelian *wireless mouse* merek HP di Jakarta secara signifikan sedangkan kemasan dapat mempengaruhi keputusan pembelian *wireless mouse* merek HP di Jakarta secara signifikan.
- (F) Daftar Pustaka 31 (1989 - 2018)
- (G) Yenny Lego S.E., M.M.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

ABSTRAK

(H) KELVIN LEOMITRO

(I) *INFLUENCE OF WORD OF MOUTH AND PACKAGING TOWARDS PURCHASE DECISION WIRELESS MOUSE HP IN JAKARTA*

(J) *xiii + 66 pages, 2019, 13 tables, 8 pictures, lampiran 2*

(K) *MARKETING MANAGEMENT*

(L) **Abstrak:** *Purchase decision is a process that consumer choose a best product to fulfill what they need. The purpose of this study is to find out whether word of mouth and packaging are the influence of purchase decision for wireless mouse. This is a descriptive study and use regression analysis. This study is uses 133 respondents. The sampling method is using purposive sampling and use IBM SPSS 25 for processing the output data. Data are collected using questionnaire through google form. The questionnaire is distributed on 1st July 2019 – 7th July 2019. The results of this study are word of mouth can't influence purchase decision wireless mouse and packaging can influence purchase decision wireless mouse.*

(M) *31 Reference (1989 - 2018)*

(N) Yenny Lego S.E., M.M.