

**LAPORAN SKRIPSI**  
**PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND AWARENESS***  
**KAMPUNG DJADHOEL SEMARANG**



**Nathaniel Nico Setiawan**

**17.M1.0038**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS HUKUM DAN KOMNIKASI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**  
**SEMARANG**

**2022**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND AWARENESS*  
KAMPUNG DJADHOEL SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-I dalam Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Nama : **Nathaniel Nico Setiawan**

NIM : **17.M1.0038**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi dengan judul:

### **PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND AWARENESS* KAMPUNG DJADHOEL SEMARANG**

ini tidak memuat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak memuat karya dan/atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dipergunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi ini sebagian atau keseluruhannya merupakan hasil plagiasi, maka saya bertanggungjawab dan bersedia untuk dibatalkan dengan segala akibat hukumnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Universitas Katolik Soegijapranata dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Semarang, 31 Oktober 2022

  
90 DAAA JX690162807  
Nathaniel Nico Setiawan

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Skripsi:

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND AWARENESS*  
KAMPUNG DJADHOEL SEMARANG**

Disusun oleh :

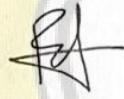
Nama : **Nathaniel Nico Setiawan**

NIM : **17.M1.0038**

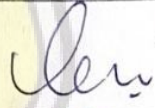
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal : Selasa, 1 November 2022

Dosen Penguji :

1 Rotumiar Pasaribu, S.S., S.I.Kom.

()

2 Bernadeta Lenny Setyowati, S.S., S.I.Kom.

()

3 Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., M.A.

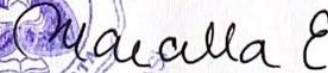
()

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :

Selasa, 1 November 2022





(Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, S.H., C.N., M.Hum.)

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nathaniel Nico Setiawan  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Hukum dan Komunikasi  
Jenis Karya : Laporan Ilmiah

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneklusif atas karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh *Word of Mouth* terhadap *Brand Awareness* Kampung Djadhoel Semarang”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 2 November 2022

Yang menyatakan



Nathaniel Nico Setiawan

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan penyertaan serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth* terhadap *Brand Awareness* Kampung Djadhoel Semarang” ini dengan baik dan lancar. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata-1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Unika Soegijapranata Semarang.

Berbagai tantangan dan hambatan muncul dalam proses penyelesaian skripsi ini, namun akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan, bimbingan, Kerjasama, dan motivasi yang diberikan dari berbagai pihak, yaitu:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu memberkati, menyertai, serta memberikan hikmat pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga tersayang, terima kasih untuk doa, semangat, dan dukungan baik materiil maupun non materiil yang sudah diberikan.
3. Bapak Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., M.A. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi dan dosen penguji sidang proposal. Terima kasih atas bimbingan dan saran yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat selesai.
4. Ibu Rotumiar Pasaribu, S.S., M.I.Kom. dan Ibu Bernadeta Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing I dan II. Terima kasih atas bimbingan dan saran yang diberikan sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Terima kasih untuk Papah dan Bapak Bambang Eko Prasetyo, S.Psi. karena sudah selalu senantiasa mengawal, mendorong, serta memotivasi penulis tanpa henti untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Terima kasih untuk Anastachia Nugroho, Aprillia, Fiedelia Nadine, Kevin Wijaya, Maria Dianita, dan Nicholas David atas dinamika dan dukungan selama menjalani proses perkuliahan.
7. Semua orang yang memberikan bantuan, inspirasi, semangat, dan doa bagi penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
8. Yang terakhir, Saya berterima kasih kepada diri saya sendiri karena tetap berjuang dan memilih untuk tidak berhenti sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga penelitian ini bisa berguna bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa dalam penyajian naskah skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Dengan keterbukaan dan kerendahan hati penulis akan senantiasa menerima segala saran dan kritik yang membangun demi kebaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Semarang, 31 Oktober 2022

Penulis,



Nathaniel Nico Setiawan

## ABSTRAK

### PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND AWARENESS* KAMPUNG DJADHOEL SEMARANG

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang perlu untuk dilestarikan. Di Indonesia terdapat beberapa kota yang saat ini telah dikenal sebagai kota pembuat batik, salah satunya adalah Kota Semarang. Di Kota Semarang terdapat sebuah kampung yang menjadi sentra batik khas Semarang yang dinamakan Kampung Djadhoel. Kampung Djadhoel Semarang dalam keberlangsungannya tentu tidak terlepas dari peran *brand awareness* masyarakat Kota Semarang. *Brand awareness* ini tentu juga dipengaruhi oleh *word of mouth*. *Word of mouth* merupakan salah satu dari 8 *marketing communication tools* yang dinilai efektif dan efisien namun memiliki dampak yang sangat besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *word of mouth* dapat berpengaruh terhadap *brand awareness* Kampung Djadhoel Semarang. Rumusan masalah yang diambil adalah seberapa besar pengaruh antara *word of mouth* terhadap *brand awareness* Kampung Djadhoel Semarang. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kota Semarang. Dalam metode penelitian, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengumpulan data yang diperoleh melalui survei dengan penyebaran kuesioner kepada beberapa warga Kota Semarang. Teknik analisis data menggunakan SPSS Versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X dan Y mengacu pada indikator setuju atau terdapat hubungan yang signifikan di antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,704 atau 70,4% yang artinya *word of mouth* mempengaruhi *brand awareness* Kampung Djadhoel sebesar 70,4%. Hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan regresi  $Y = -0,352 + 1,232X$  yang artinya setiap penambahan satu poin pada *word of mouth*, maka akan terjadi peningkatan *brand awareness* Kampung Djadhoel sebesar 1,232 poin.

**Kata Kunci :** *Word of Mouth, Brand Awareness, Kampung Djadhoel*



## **ABSTRACT**

### **INFLUENCE OF WORD OF MOUTH**

*Batik is one of Indonesia's cultural heritage that needs to be preserved. In Indonesia, there are several cities that are currently known as batik-maker cities, one of which is the city of Semarang. In Semarang, there is a village that is the center of typical Semarang batik called Kampung Djadhoel. Kampung Djadhoel Semarang in its sustainability certainly cannot be separated from the role of brand awareness in the people of Semarang City. Brand awareness is also influenced by word of mouth. Word of mouth is one of the 8 marketing communication tools that are considered effective and efficient but have a very large impact. This study aims to determine that word of mouth can influence brand awareness in Kampung Djadhoel Semarang. The formulation of the problem taken is how much influence word of mouth has on brand awareness in Kampung Djadhoel Semarang. This research was conducted on the people of Semarang City. In the research method, the researcher uses a quantitative research approach. The data collection technique used is the collection of data obtained through a survey by distributing questionnaires to several residents of Semarang City. The data analysis technique used SPSS Version 25.0. The results show that the variables X and Y refer to the indicators of agreement or there is a significant relationship between the two variables. The coefficient of determination obtained is 0.704 or 70.4%, which means that word of mouth affects the brand awareness of Kampung Djadhoel by 70.4%. The results of simple linear regression analysis produce a regression equation  $Y = -0.352 + 1.232X$ , which means that for every additional one point in word of mouth, there will be an increase in brand awareness of Kampung Djadhoel by 1.232 points.*

**Keyword : Word of Mouth, Brand Awareness, Kampung Djadhoel**

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	1
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI .....	4
KATA PENGANTAR .....	5
ABSTRAK .....	7
<i>ABSTRACT</i> .....	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR GAMBAR .....	11
DAFTAR TABEL.....	12
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Rumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Kegunaan Penelitian.....	17
1.5 Lokasi dan Tatakala Penelitian.....	18
1.5.1 Lokasi .....	18
1.5.2 Tatakala Penelitian.....	18
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir .....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Komunikasi Pemasaran .....	20
2.2 <i>Word of Mouth</i> .....	22
2.3 Dimensi <i>Word of Mouth</i> .....	24
2.4 <i>Brand Awareness</i> .....	25
2.5 Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	26
2.6 Penelitian Terdahulu.....	27
2.7 Kerangka Penelitian .....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Metode dan Jenis Penelitian .....	32
3.2 Populasi .....	32
3.3 Teknik <i>Sampling</i> .....	33

3.4 Sampel .....	33
3.5 Operasionalisasi Konsep .....	34
3.6 Hipotesis Riset.....	36
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.8 Teknik Analisis Data .....	37
3.8.1 Uji Validitas .....	37
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.8.3 Skala Likert.....	39
3.8.4 Uji Normalitas .....	40
3.8.5 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum Kampung Batik Djadhoel .....	42
4.2 Uji Instrumen.....	44
4.2.1 Uji Validitas .....	44
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	47
4.3 Analisis Deskriptif.....	49
4.5 Uji Normalitas .....	61
4.4 Uji T .....	63
4.5 Uji R <sup>2</sup> Koefisien Determinasi .....	63
4.6 Uji Regresi Linear Sederhana.....	64
4.7 Pembahasan .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran .....	67
5.2.1 Saran Teoritis .....	67
5.2.2 Saran Praktis .....	68
Daftar Pustaka .....	69
Lampiran 1 .....	71
Lampiran 2 .....	75
Lampiran 3 .....	78
Lampiran 4 .....	79
Lampiran 5 .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Pintu Masuk Kampung Batik Djadhoel.....	36
Gambar 4.2 Mural Batik Dinding di Kampung Batik Djadhoel.....	36



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (X).....	43
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas <i>Brand Awareness</i> (Y).....	44
Tabel 4.3. <i>Case Processing Summary</i> .....	45
Tabel 4.4. <i>Reliability Statistics</i> (X).....	46
Tabel 4.5. <i>Case Processing Summary</i> .....	46
Tabel 4.6. <i>Reliability Statistics</i> (Y).....	47
Tabel 4.23. Mean Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	57
Tabel 4.24. Mean Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	58
Tabel 4.25. Histogram Uji Analisis Grafik.....	59
Tabel 4.26. Normal P-P Plot of Regression Standarized Residual.....	59
Tabel 4.27. <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	60
Tabel 4.28. Uji T Parsial.....	61
Tabel 4.29. <i>Model Summary</i> .....	61
Tabel 4.30. Uji Regresi Linear Sederhana.....	62