

Pengaruh Word of Mouth (WOM) terhadap minat beli produk mobile WiFi 4G bolt: studi pada mahasiswa Universitas Indonesia = The effect of Word of Mouth (WOM) on consumer purchase intention of mobile WiFi 4g bolt: case study of students on Universitas Indonesia

Rosi Dyah Cahyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20422431&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Word of Mouth (WOM) terhadap minat beli konsumen pada produk mobile WiFi 4G Bolt. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian adalah 100 konsumen yang merupakan mahasiswa Universitas Indonesia dengan rentang usia 18-25 tahun, yang pernah terpapar informasi mobile WiFi 4G Bolt dari orang lain dan belum pernah menggunakan produk mobile WiFi 4G Bolt sebelumnya. Metode yang digunakan ialah non-probability sampling serta teknik purposive. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa word of mouth memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap minat beli.

.....The objective of this research was to analyze the effect of word of mouth communication on consumer purchase intention of mobile WiFi 4G Bolt. This research applied a quantitative approach. The sample of this research was 100 consumers who are students in Universitas Indonesia, with the range of age is 18 to 25 years old, had exposed about mobile WiFi 4G Bolt products? information through communication with other people and have not owned mobile WiFi 4G Bolt before. The method that applied on this research was non-probability sampling and purposive technique. Questionnaires were used on this research as the research instrument and the data was analyzed by simple regression. The result of this research indicated that word of mouth have a significant effect on consumer purchase intention.