

PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DI PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANDE BANDUNG

Oleh:
Ganda Nugraha Putra

Pembimbing
Mutia Tri Satya

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi adanya penurunan jumlah nasabah baru pada PT. Prudential Life Assurance tahun 2013 sampai dengan tahun 2017, jumlah nasabah baru PT. Prudential Life Assurance mengalami penurunan setiap tahunnya. Penurunan jumlah nasabah baru yang dialami PT. Prudential, dikarenakan *Negatif Word of Mouth* yang tinggi.

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat umum yang sudah mengetahui PT. Prudential. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Data dikumpulkan dengan teknik kuisioner. Responden dalam penelitian berjumlah 100 orang masyarakat umum yang sudah mengetahui PT. Prudential. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *proportionate stratified random sampling*. Pengelolaan dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara deskriptif variable *word of mouth* dan kepercayaan konsumen dengan hasil cukup baik namun masih ada ditemukan beberapa indikator dengan hasil sudah baik. Sedangkan secara verifikatif menunjukkan bahwa variabel independen *word of mouth* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen, sebagian pengaruhnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: *Word of Mouth*, Kepercayaan Konsume

***THE INFLUENCE WORD OF MOUTH ON COSTUMER TRUST IN
PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE BANDUNG***

By:
Ganda Nugraha Putra

Under Guidance:
Mutia Tri Satya

ABSTRACT

This research is based on the decreasing number of new customers at PT. Prudential Life Assurance from 2013 to 2017, the number of new customers of PT. Prudential Life Assurance has decreased every year. The decline in the number of new customers experienced by PT. Prudential, due to the high Word of Mouth Negative.

The population of this study is the general public who already know PT. Prudential. This research uses descriptive and verifikatif method. Data were collected by questionnaire technique. Respondents in the study amounted to 100 people general public who already know PT. Prudential. The method used in this study is the method of proportionate stratified random sampling. Management and analysis of data in this study using a simple linear regression method with the help of SPSS 23 program.

The results of this study show that the descriptive variable word of mouth and consumer confidence with good results but there are still found some indicators with good results. While the verifikatif showed that the independent variable word of mouth has a significant influence on consumer confidence, some of its influence is influenced by other factors.

Keywords: Word of Mouth, Costumer Trust