

# ANALISIS *UNPLANNED MESSAGES* PADA PT DWI MITRA SUKSES JAYA YOGYAKARTA

Simon Praba Judha

## Abstrak

PT Dwi Mitra Sukses Jaya merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa agen properti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil analisis *Unplanned messages*, *word of mouth* pada PT Dwi Mitra Sukses Jaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa PT Dwi Mitra Sukses Jaya (RayWhite). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif yaitu dengan mendapatkan hasil penelitian dari pengumpulan data responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan slovin dan teknik analisis data menggunakan metode analisis uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan software SPSS versi 27.0. Dengan menggunakan indikator dari *Word of Mouth* yaitu *Talkers*, *Topics*, *Tools*, *Taking Parts* dan *Tracking*, Dari 39 responden dapat ditarik data, rata-rata hitung dari variabel *Word of Mouth* adalah 3,38 dengan penjabaran dari tiap indikator yaitu *Talkers* memiliki rata-rata 3,42 (SS), *Topics* sebesar 3,38 (SS), *Tools* sebesar 3,35 (SS), *Taking Parts* sebesar 3,36 dan *Tracking* sebesar 3,39 (SS). Dari data tersebut mengindikasikan responden sudah menjadi sumber pesan komunikasi yang paling terpercaya bagi PT Dwi Mitra Sukses Jaya dalam meningkatkan jumlah pelanggannya.

**Kata Kunci:** *Unplanned Messages*, *Word of Mouth*

22/4 '24  


## **UNPLANNED MESSAGES ANALYSIS AT PT DWI MITRA SUKSES JAYA YOGYAKARTA**

***Simon Praba Judha***

### ***Abstract***

*PT Dwi Mitra Sukses Jaya is a company engaged in property agent services. This research aims to determine the results of analysis of Unplanned messages and word of mouth at PT Dwi Mitra Sukses Jaya. The population in this research are consumers who have used the services of PT Dwi Mitra Sukses Jaya (RayWhite). The method used in this research is quantitative, namely by obtaining research results from collecting respondent data. The sampling technique uses Slovin and the data analysis technique uses the validity and reliability test analysis method using SPSS version 27.0 software. By using indicators from Word of Mouth, namely Talkers, Topics, Tools, Taking Parts and Tracking, data can be drawn from 39 respondents, the calculated average of the Word of Mouth variable is 3.38 with a description of each indicator, namely Talkers has an average 3.42 (SS), Topics 3.38 (SS), Tools 3.35 (SS), Taking Parts 3.36 and Tracking 3.39 (SS). This data indicates that respondents have become the most trusted source of communication messages for PT Dwi Mitra Sukses Jaya in increasing the number of customers.*

***Keywords : Unplanned Messages, Word of Mouth***