

**PENGARUH IDENTITAS MEREK, KOMITMEN MEREK, KECINTAAN
MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KOMUNIKASI
MULUT KE MULUT PRODUK PERAWATAN KULIT
NATASHA SKIN CARE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh :

RIZQIYAH AHDAH
2011210021

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

**PENGARUH IDENTITAS MEREK, KOMITMEN MEREK, KECINTAAN
MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KOMUNIKASI
MULUT KE MULUT PRODUK PERAWATAN KULIT
NATASHA SKIN CARE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh :

RIZQIYAH AHDAH
2011210021

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

**PENGARUH IDENTITAS MEREK, KOMITMEN MEREK, KECINTAAN
MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KOMUNIKASI
MULUT KE MULUT PRODUK PERAWATAN KULIT
NATASHA SKIN CARE DI SURABAYA**


Diajukan oleh :

RIZQIYAH AHDAH

2011210021

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 23 April 2015



(Dr. Basuki Rachmat, SE., M.M)

SKRIPSI

**PENGARUH IDENTITAS MEREK, KOMITMEN MEREK, KECINTAAN
MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KOMUNIKASI
MULUT KE MULUT PRODUK PERAWATAN KULIT
NATASHA SKIN CARE DI SURABAYA**

Disusun oleh :

RIZQIYAH AHDAH

2011210021

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal

Tim Penguji

Ketua : Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M

Sekretaris : Dr. Basuki Rachmat, SE., M.M

Anggota : Dra. Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M



.....
.....
.....

PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a : Rizqiyah Ahdah
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 20 September 1992
N.I.M : 2011210021
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
J u d u l : Pengaruh Identitas Merek, Komitmen Merek,
Kecintaan Merek Dan Citra Merek Terhadap
Komunikasi Mulut Ke Mulut Produk Perawatan
Kulit Natasha Skin Care Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,
Tanggal : 27...APRIL...2015



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 23...APRIL...2015



(Dr. Basuki Rachmat, SE., M.M)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas Kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “pengaruh identitas merek, komitmen merek, kecintaan merek dan citra merek terhadap komunikasi mulut ke mulut perawatan kulit Natasha Skin Care di Surabaya”.

Penulis juga mempunyai motto agar penulisan skripsi ini lebih semangat. Motto tersebut adalah :

“Pekerjaan yang dianggap sulit justru akan terasa mudah karena kita mengerjakannya dengan sungguh-sungguh, begitu pula pekerjaan yang dianggap mudah terkadang akan terasa sulit karena kita merasa bisa dan tidak mau mengerjakan dengan sungguh-sungguh.”

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih banyak sebesar-besarnya kepada :

- 1. Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE., M.M sebagai Dosen Pembimbing*
- 2. Ibu Prof.Dr. Dra. Fatik Suryani, Psi., M.M. sebagai Dosen Penguji*
- 3. Ibu Dra.Psi. Fjahyani Prawitowati, M.M. sebagai Dosen Penguji*
- 4. Bapak Drs. Irawan, M.M sebagai Dosen Penguji*
- 5. Bapak Drs.Ec. Herizon, M.Si sebagai Dosen Wali*

Thank's To

Gusti Allah SWT. Syukron katsir jiddan , karena atas izinMu Hambamu ini bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan insya Allah barokah.

Buat ayah tercinta H.M muchtar dan kanjeng mami Hj. Fathin chamamah terima kasih telah melahirkan, mendoakan, mengasuh dan mendukung penuh dalam skripsi ini.

Buat kakak-kakak ku mas roni, mbk pink, mbk laha, mas hakim, mbk dien, mbk iem, mas lugman, mbk lia, mas agung, mbk ain, mas rosi, mas amang, mbk rizkha dan my lovely sister taten (cepat nikah ya, hehe) terima kasih telah membantu, mendukung dan membimbing dalam skripsi ku.

Buat ponakan tercinta ian, alben, Aaron, emir, lidya, ical, siven, agis, asqi, reisa, zahir, zafir, chila, ican, atachi eh atan (hihi), sakira dan terakhir fadhil na na naa terima kasih sudah menjadi penghibur di tengah-tengah kesuntukan proses pengerjaan skripsi ini.

Terima kasih buat Natasha Skin Care Surabaya sudah bersedia menjadi bahan penelitian pada skripsi ini.

Untuk teman satu bimbingan mbk hokugi, mas hazizul, pepy, arta dan icha terima kasih atas kerja samanya ya rek sangat mendukung dan membantu dalam proses skripsi.

Untuk teman-teman tersayang Leo, Nisrina, Sisil, bang Chandra, Mamo, agil, Sarah, yolan, balgis, putra, mario, randy, rizal, dan semua anak pemasaran yang gak bisa aku sebut satu-satu, terima kasih banyak reekk uda mau aku tanya-tanyain mungkin kalian sampek bosan dan sumpek hahaha

Terima kasih khusus buat Angga Viesto Alwindo yang sudah mendampingi, membimbing, mengajari, dan sudah sabar kalau aku marah-marahi (maaf ya hehe) mulai dari awal studi hingga selesai skripsi ini.

Terima kasih untuk semua jajaran dosen yang gak bisa rizqi sebutin satu-satu terima kasih sudah mengajar rizqi 3,5 th ini.

Buat UKM Entrepreneur club. Terima kasih banyak atas semuanya. Tetap "dahsyat luar biasa" ya .

Buat keluarga besar Super Soft Skill Mentoring (SSM) 2012, terima kasih telah memberikan kesempatan menjadi mentor. terima kasih atas semuanya. Kegiatan demi kegiatan selalu menjadikan suatu pelajaran buat kita semua.

Buat anak-anak magang di PMB terima kasih sudah menjadi keluarga kecil dalam hidupku meskipun Cuma berlangsung 3bulan hehehe.

Buat seluruh karyawan KOPMA, Kantin, Parkir, CB, Satpam. Terima kasih sebanyak-banyaknya atas semua pelayanan yang diberikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan banyak limpahan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh identitas merek, komitmen merek, kecintaan merek dan citra merek terhadap komunikasi mulut ke mulut perawatan kulit Natasha Skin Care di Surabaya” dengan baik dan lancar.

Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah guna menempuh dan memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan sarjana strata satu (S1) jurusan Manajemen Pemasaran STIE Perbanas Surabaya. Pada kesempatan ini juga dengan penuh ketulusan hati perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan dan juga dalam penyelesaian skripsi ini, yaitu kepada yang terhormat :

1. Bapak Lutfi, S.E., M.Fin, selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T, selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Prof. DR. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M, selaku Ketua Jurusan Pemasaran STIE Perbanas Surabaya.
4. Bapak Drs.Ec. Herizon, M.Si, selaku dosen wali yang telah banyak memberikan bantuan dan pengarahan selama menyelesaikan studi di STIE Perbanas Surabaya.

5. Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis dengan penuh pengertian dan kesabaran hingga skripsi ini selesai.
6. Seluruh Dosen, Karyawan, Staff, dan Civitas Akademika STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan semangat dan nasehat-nasehat bagi penulis.

Akhir kata, penulis berharap hasil penelitian skripsi ini dapat menambah pengetahuan serta bermanfaat bagi semua pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 20 Februari 2015

Rizqiyah Ahdah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	12
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	19
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis Penelitian	32
BAB III : METODE PENELITIAN	33
3.1 Rancangan Penelitian	33
3.2 Batasan Penelitian	33
3.3 Identifikasi Variabel	34
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.5 Instrumen Penelitian.....	39
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	41
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	42
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	43
3.9 Teknik Analisis Data	45
BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	51
4.1 Gambaran Subyek Peneilitan	51
4.2 Analisis Data	54
4.3 Pembahasan	74
BAB V : PENUTUP	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Keterbatasan Penelitian	84
5.3 Saran	84
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index.....	8
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Kisi-kisi kuesioner.....	40
Tabel 3.2 Goodness of Fit Indices.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	52
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	53
Tabel 4.4 Rentang skala interval	54
Tabel 4.5 Tanggapan responden terhadap identitas merek	55
Tabel 4.6 Tanggapan responden terhadap komitmen merek	55
Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap kecintaan merek	56
Tabel 4.8 Tanggapan responden terhadap citra merek	57
Tabel 4.9 Tanggapan responden terhadap komunikasi mulut ke mulut.....	58
Tabel 4.10 Uji normalitas.....	60
Tabel 4.11 Z-Score.....	61
Tabel 4.12 Goodness of Fit CFA Awal.....	64
Tabel 4.13 Hasil estimasi CFA Awal.....	65
Tabel 4.14 Modification Indices CFA Awal.....	66
Tabel 4.15 Goodness of Fit CFA Akhir	67
Tabel 4.16 Uji validitas	68
Tabel 4.17 Uji reliabilitas.....	69
Tabel 4.18 Goodness of Fit struktural model awal	71
Tabel 4.19 Goodness of Fit struktural model akhir.....	72
Tabel 4.20 Hasil estimasi uji SEM akhir	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model penelitian Ismail <i>et al.</i> , (2012)	13
Gambar 2.2 Model penelitian Albert <i>et al.</i> , (2013)	14
Gambar 2.3 Model penelitian Kazemi <i>et al.</i> , (2013)	15
Gambar 2.4 Kerangka pemikiran	31
Gambar 4.1 Uji CFA Awal	64
Gambar 4.2 Uji CFA Akhir	67
Gambar 4.3 Model persamaan struktural awal	71
Gambar 4.4 Model persamaan struktural akhir	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	:	Kuesioner penelitian
Lampiran 2	:	Tabulasi data
Lampiran 3	:	Karakteristik responden
Lampiran 4	:	Tanggapan responden
Lampiran 5	:	Normalitas
Lampiran 6	:	Uji CFA awal
Lampiran 7	:	Uji CFA akhir
Lampiran 8	:	Model persamaan struktural awal
Lampiran 9	:	Model persamaan struktural akhir
Lampiran 10	:	Diagram Jalur

**EFFECTS OF BRAND IDENTITY, BRAND COMMITMENT, BRAND
LOVE AND BRAND IMAGE ON WORD OF MOUTH
COMMUNICATION IN NATASHA SKIN CARE
SURABAYA**

Rizqiyah Ahdah
Student of Marketing Management
STIE Perbanas Surabaya
Email : 2011210021@students.perbanas.ac.id

Abstract

The purpose of this study is to test the effect of brand identity, brand commitment, brand love and brand image on word of mouth communication in Natasha Skin Care Surabaya. The model and hypotheses are tested with a sample of 120 consumers. Data were analysed through confirmatory factor analysis dan structural equation modelling. The results find that brand image and brand love have positive significant influence to brand commitment, and between brand image has positive significant influence to word of mouth communication.

Keywords : Brand identity, Brand commitment, Brand love, Brand Image, Word of Mouth communication