

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP CINTA MEREK DAN WORD
OF MOUTH DAN DAMPAKNYA PADA PEMBELIAN ULANG
PADA PRODUK PONDS DI SURABAYA**

S K R I P S I

Diajukan untuk memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh :

CARINA LOVINALIA MAYDWITRIAS PUTRI

NIM : 2010210455

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2014

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP CINTA MEREK DAN WORD OF
MOUTH DAN DAMPAKNYA PADA PEMBELIAN ULANG PADA
PRODUK POND'S DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

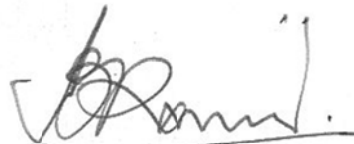
CARINA LOVINALIA MAYDWITRIAS PUTRI

NIM : 2010210455

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 3 November 2014



(Dr. Basuki Rahmat, SE., MM)

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP CINTA MEREK DAN WORD OF MOUTH DAN DAMPAKNYA PADA PEMBELIAN ULANG PADA PRODUK POND'S DI SURABAYA

Disusun oleh :

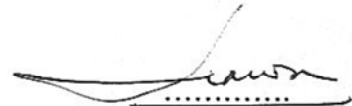
CARINA LOVINALIA MAYDWITRIAS PUTRI

NIM : 2010210455

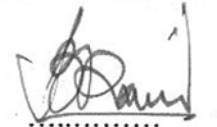
Dipertahankan di depan TIM Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 03 Oktober 2014

Tim Penguji

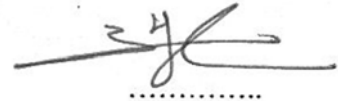
Ketua : Drs. IRAWAN, M.M.



Sekretaris : Dr. BASUKI RAHMAT, SE., MM



Anggota : Dr. RONNY, S.Kom, M.Kom, M.M.



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Carina Lovinalia Maydwitrias Putri
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 23 Mei 1992
N.I.M : 2010210455
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Citra Merek Terhadap Cinta Merek dan
Word Of Mouth dan Dampaknya pada Pembelian
Ulang pada Produk Ponds di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua Jurusan S1 Manajemen

Tanggal: 5 November 2014



(Melliza Silvy, SE. M. Si)

Dosen Pembimbing

Tanggal: 3 November 2014



(Dr. Basuki Rahmat, SE., MM)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

 MOTTO 

**“TO GET A SUCCESS, YOUR COURAGE MUST BE
GREATER THAN YOUR FEAR.”**

 PERSEMBAHAN 

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah

Rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena rahmat dan karunia-Nya aku dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Atas perjuangan, kerja keras dengan bangga Skripsi ini saya persembahkan untuk:

MAMA DAN PAPA YANG TELAH MEMBERIKAN DUKUNGAN DAN DOA DARI AWAL KULIAH HINGGA SAMPAI LULUS KULIAH.. I LOVE YOU MOM AND DAD

KAKAK KU OLAN DAN ADEKKU TERCINTAH RENA DAN JULIAN KALIAN YANG BIKIN AKU SENYUM TERUS DAN BIKIN GREGETAN JUGA SIH...HEHEHEH..

Sahabat kecilku Nonnie terima kasih yaa udah bantu aku emang dari dulu sampe sekarang ga pelit membantu :D

Sahabatku kuliah Rahajeng dan Rahayu meskipun kalian udah lulus duluan tapi aku masih ingat dari awal semester sampe akhir semester suka dan duka yang kita lakukan bersama-sama :*)

Teman-teman entrepreneur club Dipta,Martha,Rika,Luqman,prita,Faruq dan semua yang ga bisa disebutin satu persatu.. aku ga lupa dan aku tetap ingat sama kalian..

Teman-teman angkatan 2010 pemasaran terima kasih buat kebersamaan waktu seminar pemasaran sampe debat- debat haha love you all..

Buat teman sebimbingan Niken, Opeg dan mbak sasa kita revisi bareng, nunggu bimbingan bareng, minta ttd bareng sampe kita sampe nangis karena udh deadline.. ga ngebayangin kita udah selesai dan sampe lulus..hore jadi pengorbanan kita ga sia-sia teman 😊

Love you so much

Carina Lovinalia

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur hanya kepada Allah SWT yang telah mengaruniakan rahmat dan berkat-Nya kepada seluruh makhluk. Penulis memanjatkan rasa syukur yang tak terhingga kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP CINTA MEREK DAN WORD OF MOUTH DAN DAMPAKNYA PADA PEMBELIAN ULANG PADA PRODUK PONDS DI SURABAYA “**.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Fakultas Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Perbanas Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Basuki Rahmat, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah banyak memberikan dorongan, masukan dan kritik demi perbaikan Skripsi ini.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi, M.M. selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya dan salah satu dosen pemasaran yang mengajar dan membimbing penulis selama perkuliahan di STIE Perbanas Surabaya
3. Ibu Mellyza Silvy SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.

4. Kedua orang tuaku tercinta, yang senantiasa mendoakan penulis selama menjalani dan melewati kuliah hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Kakak dan Kedua Adikku, yang sudah memberikan motivasinya.
6. Seluruh staf dan karyawan Jurusan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Perbanas Surabaya.
7. Sahabat-sahabat dan seluruh teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas canda tawa, semangat, dukungan, kritik, dan saran sehingga penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Oktober 2014

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI..... | ii |
| HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | iv |
| HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| ABSTRAK..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Masalah..... | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 9 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 16 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel..... | 23 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran..... | 26 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian..... | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1 Rancangan Penelitian..... | 27 |
| 3.2 Batasan Penelitian..... | 27 |
| 3.3 Identifikasi Penelitian..... | 27 |
| 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 28 |
| 3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 31 |
| 3.6 Instrumen Penelitian..... | 32 |
| 3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data..... | 34 |
| 3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian..... | 35 |
| 3.9 Analisis Data..... | 36 |
| BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA | |
| 1.1 Gambaran Subyek Penelitian..... | 45 |
| 1.2 Analisis data..... | 47 |
| BAB V PENUTUP | |
| 5.1 Kesimpulan..... | 74 |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian..... | 75 |
| 5.3 Saran..... | 75 |
| DAFTAR RUJUKAN | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 1.1 | Perusahaan Yang Mengeluarkan Produk Sabun Muka | 2 |
| Tabel 1.2 | Market Share Kategori Sabun Muka Periode Tahun 2012-2013 | 3 |
| Tabel 2.1 | Persamaan dan Perbedaan Penelitian | 15 |
| Tabel 3.1 | Kisi-Kisi Kuesioner..... | 33 |
| Tabel 3.2 | Goodness of Fit Indices..... | 43 |
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 45 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 45 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Ponds .. | 46 |
| Tabel 4.4 | Interval Kelas | 47 |
| Tabel 4.5 | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek | 48 |
| Tabel 4.6 | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Cinta Merek | 49 |
| Tabel 4.7 | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Word of Mouth | 50 |
| Tabel 4.8 | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pembelian Ulang..... | 51 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Normalitas | 52 |
| Tabel 4.10 | Descriptive Statistic | 54 |
| Tabel 4.11 | Goodness of Fit Uji CFA awal..... | 57 |
| Tabel 4.12 | Hasil Estimasi Model CFA Awal..... | 58 |
| Tabel 4.13 | Hasil Goodness of Fit Modifikasi I..... | 59 |
| Tabel 4.14 | Modification Indices CFA Modifikasi 1 | 60 |
| Tabel 4.15 | Perbandingan Goodness of Fit Model CFA – Pasca Modifikasi | 61 |
| Tabel 4.16 | Hasil Estimasi Model CFA Modifikasi I | 63 |
| Tabel 4.17 | Uji Validitas Sampel dengan Uji CFA | 64 |
| Tabel 4.18 | Penilaian Construct Reliability | 66 |
| Tabel 4.19 | Goodness of Fit Full Structural Model Awal | 67 |
| Tabel 4.20 | Modification Indices Model Akhir..... | 68 |
| Tabel 4.21 | Goodness of Fit Full Structural Model Akhir | 69 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|---|----|
| Gambar 2.1 | Kerangka Pemikiran Ahmed Rageh Ismail,et al (2012)..... | 12 |
| Gambar 2.2 | Kerangka Pemikiran Birgit Leisen, et al (2013)..... | 14 |
| Gambar 2.3 | Model Penelitian..... | 26 |
| Gambar 3.1 | Gambar Full Structural Model Awal | 38 |
| Gambar 4.1 | Uji Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Awal | 57 |
| Gambar 4.2 | Gambar Model CFA Pasca Modifikasi I..... | 61 |
| Gambar 4.3 | Gambar Full Structural Equation Model Awal | 67 |
| Gambar 4.4 | Gambar Full Structural Equation Model Akhir..... | 69 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Output spss data responden
- Lampiran 4 : Output Statistic tanggapan responden
- Lampiran 5 : Gambar Full Model Structural awal
- Lampiran 6 : Output SPSS Deskriptif
- Lampiran 7 : Output Uji Normalitas
- Lampiran 8 : Output SPSS Zscore
- Lampiran 9 : Output SEM Mahalanobis
- Lampiran 10 : Gambar *Full Structural Model* Uji CFA Awal
- Lampiran 11 : Hasil *Estimate Model* CFA Awal
- Lampiran 12 : Tabel *Modification Indices CFA Modifikasi 1*
- Lampiran 13 : Gambar *Model* CFA modifikasi 1
- Lampiran 14 : Perbandingan Goodness of Fit model CFA – Pasca Modifikasi 1
- Lampiran 15 : Hasil *Estimate* CFA Modifikasi 1
- Lampiran 16 : Uji Validitas
- Lampiran 17 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 18 : Gambar *Full Structural Model* Awal
- Lampiran 19 : Tabel *Modification Indices* Model Akhir
- Lampiran 20 : Gambar Model Persamaan Struktural Akhir
- Lampiran 21 : Hasil Estimasi akhir
- Lampiran 22 : Jadwal Penulisan Skripsi

ABSTRACT

The influence of brand image on brand love and word of mouth and its impact on repurchase intention products ponds in Surabaya

Now days, competition between soap products in Indonesia reached its peak. There are several strong brands such as Biore and Clean n Clear. Ponds become a strong brand and products in Indonesia because of the ability to meet the needs of consumers in appearance. But day after day ponds begin to lose the competition and lose customers. Starting their customers to move to another soap products with more quality functions such as Biore and clean n clear. The purpose of this study was to examine the Influence of brand image on brand love and word of mouth and its impact on repurchase intention products ponds in Surabaya. Data were collected by questionnaire and 125 examined using AMOS 21 software in Structural Equation Modeling. Based on these results, it was found that a significant positive effect of brand image on brand love and wom to repurchase the products ponds in Surabaya has a significant impact.

Keywords: *Brand Image, Brand Love, Word Of Mouth, Repurchase Intention.*