

**PENGARUH KECINTAAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MEDIASI
WORD-OF-MOUTH PADA KONSUMEN
SMARTPHONE SAMSUNG
TIPE J DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen



OLEH :

**Virza Pramudita Rofiansyah
2011210711**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

**PENGARUH KECINTAAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MEDIASI
WORD-OF-MOUTH PADA KONSUMEN
SMARTPHONE SAMSUNG
TIPE J DI SURABAYA**

Diajukan Oleh:

Virza Pramudita Rofiansyah
2011210711

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing
Tanggal: 12 Agustus 2016

Emma Julianti, S.E.,MM.

SKRIPSI
PENGARUH KECINTAAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MEDIASI
***WORD-OF-MOUTH* PADA KONSUMEN**
SMARTPHONE SAMSUNG
TIPE J DI SURABAYA

Disusun oleh

Virza Pramudita Rofiansyah

Nim: 2011210711

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 1 September 2016

Tim Penguji

Ketua : **Dr. Drs. Moch. Najib, MM**

Sekretaris : **Emma Julianti, S.E., MM.**

Anggota : **Drs. Harry Widiantoro, Ec, M.Si.**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Virza Pramudita Rofiansyah
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 23 Agustus 1992
N.I.M : 2011210711
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : PENGARUH KECINTAAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN MEDIASI WORD-OF-MOUTH PADA
KONSUMEN SMARTPHONE SAMSUNG TIPE J
DI SURABAYA.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing

Tanggal :

Tanggal :

Dr. Muazaroh, S.E.,MT.

Emma Julianti, S.E.,MM.

MOTTO

Menjadi diri sendiri lebih **HEBAT** dari pada menjadi diri sendiri untuk orang lain.

JUST BE YOUR SELF !

Harapan Dapat Mengalahkan Rasa Takut Jika Kita Percaya

-Susilo Bambang Yudhoyono-

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan YME atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran untuk ku dalam mengerjakan skripsi ini.

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah ‘ alamiin saya persembahkan karya sederhana ini untuk:

Syukur Alhamdulillah Ya Allah berkat rahmat dan pertolonganmu hamba dapat menyelesaikan dengan lancar penulisan skripsi ini. Sungguh tanpa pertolonganmu hamba tidak memiliki kemampuan dan kekuatan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Persembahan kepada Mama Kandung saya, papa dan ibu sambung.

Terima kasih yang telah mengasuh saya waktu kecil. Terima kasih sudah menjadi bagian hidup saya, meskipun mama tidak berada di sampingku dari umur 3 tahun, tetapi saya tetap menghargai dan mama tetap menjadi mama yang pertama buat saya. Terima kasih sudah mendoakan yang terbaik buat saya. Terima kasih sudah tetap membantu saya. Terima kasih kepada papa ku yang paling aku sayangi.

Terima kasih banyak walaupun papa seperti itu, tetapi saya tetap menghargai papa. Terima kasih doanya, terima kasih sudah melindungi saya dari waktu kecil hingga sekarang, terima kasih bersedia sakit hati terhadap sikap saya, karena sesungguhnya manusia tidak luput dari dosa. Sungguh kata terima kasih tidaklah cukup untuk pengorbananmu pa. Terima kasih kepada ibu sambung, terimakasih

atas doa dan motivasi yang ibu berikan kepada saya. Walaupun ibu adalah ibu sambung. Saya tetap menghargai ibu selayaknya ibu saya sendiri.

Persembahan untuk kakak sambung

Terima kasih sudah membantu saya, sudah mendoakan saya. Saya mengetahui jika kakak saya berkorban untuk adiknya, walaupun tidak terlihat. Sungguh saya menghargai itu.

Persembahan kepada Opa dan Oma

Terima kasih doa yang telah di berikan kepada saya. Terima kasih sudah mengasuh saya dari kecil sampai sekarang. Terima kasih atas nasihat dan motivasinya. Sesungguhnya itu sangat berpengaruh dalam kehidupan saya. Saya sangat bersyukur Alhamdulillah kepada Allah, karena opa dan oma saya masih di berikan kesehatan untuk bisa melihat saya wisuda nanti.

Terima kasih serta saya ucapkan kepada bude-bude saya yang mengasuh dan melindungi saya dari kecil hingga sekarang, terima kasih atas ilmu yang telah di berikan. Terima kasih atas doa yang di berikan. Terima kasih banyak.

Persembahan kepada Ibu Emma Juianti selaku dosen pembimbing

Terima kasih banyak sudah membimbing saya dalam mengerjakan proposal serta skripsi saya. Terima kasih atas kesabaran, candaan, dan keseriusan dalam mengerjakan skripsi ini. terima kasih atas ilmu yang di berikan. Terima banyak.

Kepada Ibu Tjahjani selaku dosen wali

Terima kasih banyak telah meluangkan waktu untuk menjadi dosen wali saya, sudah memberikan ilmu yang bermanfaat, sudah membimbing saya, terima kasih atas ilmu yang di berikan. Terima kasih atas keseriusannya sampai akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini. terima kasih banyak.

Sahabat-sahabat

Terima kasih sudah membantu dalam mengerjakan skripsi ini, dan terima kasih sudah mau membantu dalam perkuliahan sehari-hari. Terima kasih kepada, Imam, Eko, Arfisa, Didid, Eryna, Ismi, Dini, Indra, Chunafak, Habibi, Farid, Syahrir, Fauzi, Henry, Eric Dio, Dan Jaya. Terima kasih banyak. Semoga sukses

Yang terakhir saya ucapkan terima kasih kepada **VIVI RACHMAWATI** yang sudah menjadi sahabat saya, teman saya, adik dan juga kakak saya, dan yang terpenting sudah menjadi kekasih hati saya. Terima kasih banyak telah membantu dalam menyusun skripsi ini, yang telah memberikan doa dan ilmunya kepada saya. Terima kasih juga atas pengalaman yang di berikan dalam menghadapi kesulitan dalam kehidupan saya. Terima kasih banyak, semoga komitmen kita terwujud, amin ya rabb

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan Rahmat, serta pertolongan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi Penelitian yang berjudul “**Pengaruh kecintaan merek terhadap keputusan pembelian dengan mediasi *word-of-mouth* pada konsumen *smartphone* Samsung tipe J di Surabaya**”. Adapun tujuan dari Skripsi ini adalah untuk menyelesaikan program pendidikan Strata satu (S1) Jurusan Manajemen konsentrasi pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Dalam menyelesaikan Skripsi Penelitian ini, Penulis banyak mendapat bimbingan, saran dan bantuan baik materil maupun non materil dari berbagai pihak. Maka penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang ikut serta membantu penulis selama menjalani perkuliahan dan menyelesaikan Skripsi ini :

1. Bapak Dr. Lutfi, SE., M.Fin., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., MT. selaku Ketua Program Studi Strata Satu Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Dra.Psi. Tjahjani Prawitowati M.M.. selaku dosen wali yang telah banyak memberikan dukungan, saran, doa dan bimbingan yang sangat berarti terutama pada saat perkuliahan di Seknolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

4. Ibu Emma Yulianti, S.E.,MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar, tulus dan khlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran emberikan bimbingan yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun Skripsi.
5. Bapak/Ibu Dosen Konsentrasi Pemasaran seluruhnya yang telah membantu penulis dalam memahami tentang teori, konsep, hingga praktek mengenai pemasaran selama penulis belajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
6. Bapak dan ibu Dosen Sekolah TinggiIlmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu melalui perkuliahan.
7. Seluruh Civitas akademik STIE Perbanas Surabaya.

Penulis menyadari bahwa karena keterbatasan kemampuan serta pengetahuan dalam penyusunan Skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang berguna bagi kesempurnaan Skripsi ini. Terima Kasih.

Surabaya, September 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.1.1 Safia Khalid, Mirza Ashfaq Ahmed dan Zahoor Ahmad, 2013	10
2.1.2 Anggraeni dan Rachmanita, 2015	12
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 kecintaan Merek	14
2.2.2 Word of Mouth.....	16
2.2.3 Keputusan Pembelian	17
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	18
2.3.1 Kecintaan Merek terhadap word of mouth	20
2.3.2 Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.4 Kerangka Pemikiran.....	21
2.5 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Batasan Penelitian	23
3.3 Identifikasi Variabel.....	23
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
3.4.1 Definisi Operasional.....	24
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.5.1 Populasi	28
3.5.2 Sampel	28
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	29
3.6 Instrumen Penelitian.....	30

3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	32
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	32
3.9 Teknik Analisis Data.....	34
BAB 4 GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	36
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	36
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pemakaian	41
4.2 Analisis Data	42
4.2.1 Uji Validitas	42
4.2.2 Uji Reliabilitas	44
4.2.3 Analisis Data Deskriptif	46
4.2.4 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kecintaan Merek	47
4.2.5 Analisis Tanggapan Responden Terhadap <i>word-of-mouth</i>	48
4.2.6 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian ...	49
4.2.7 Uji Regresi Berganda	50
4.2.7.1 Koefisien Determinasi	50
4.2.7.2 Uji F	51
4.2.7.3 Uji t	52
4.2.8 Pengujian Hipotesis	54
4.3 Pembahasan	56
4.3.1 Pengaruh Kecintaan Merek Terhadap <i>Word-of-mouth</i>	56
4.3.2 Pengaruh <i>Word-of-mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.3.3 Pengaruh <i>Word-of-mouth</i> Memediasi Pengaruh Kecintaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
BAB 5 PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Keterbatasan Penelitian	61
5.3 Saran	61
5.3.1 Bagi Samsung	61
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	62
DAFTAR RUJUKAN	
JADWAL PENELITIAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Top Brand Smartphone 2014-2016.....	3
Tabel 2.1 : Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	13
Tabel 3.1 : Kisi-Kisi Pernyataan Kuisisioner	30
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil	43
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	44
Tabel 4.3 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil	45
Tabel 4.4 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	46
Tabel 4.5 : Skala Interval	47
Tabel 4.6 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kecintaan Merek	47
Tabel 4.7 : Tanggapan Responden Terhadap <i>Word-of-mouth</i>	48
Tabel 4.8 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.9 : Koefisien Determinasi Variabel Kecintaan Merek Terhadap Mediasi <i>Word-of-mouth</i> dan Variabel Kecintaan Merek, <i>Word-Of-Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.10 : Uji F Variabel Kecintaan Merek Terhadap <i>Word-of-mouth</i> dan Uji F Variabel Kecintaan Merek, <i>Word-of-mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.11 : Uji t Variabel Kecintaan Merek Terhadap <i>Word-of-mouth</i> dan Uji t Variabel Kecintaan Merek, <i>Word-of-mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.12 : Koefisien Analisis Jalur	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : <i>Benchmark Comparison</i>	4
Gambar 1.2 : <i>Benchmark Comparison</i>	5
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Terdahulu Oleh Safia Khalid, Mirza Ashfaq Ahmed dan Zahoor Ahmad.....	11
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Terdahulu Oleh Anggraeni dan Rachmanita	12
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran	21
Gambar 3.1 : Model Analisis Jalur	34
Gambar 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Gambar 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Gambar 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
Gambar 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Gambar 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	42
Gambar 4.6 : Model analisis Jalur	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden

Lampiran 3 : Identitas Responden

Lampiran 4 : Karakteristik Responden

Lampiran 5 : Hasil Tanggapan Responden

Lampiran 6 : Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil dan Sampel Besar

Lampiran 7 : Hasil Output SPSS Uji Regresi Liner Berganda

Lampiran 8 : Hasil Output Pengujian Hipotesis

**THE INFLUENCE OF BRAND LOVE ON PURCHASE DECISION
MAKING BY MEDIATION WORD OF MOUTH ON COSTUMERS
SMARTPHONE SAMSUNG J SERIES IN SURABAYA**

Virza Pramudita Rofiansyah

STIE Perbanas Surabaya

Email: 2011210711@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

Brand love is very important for the company, because when costumer focus on the positive aspects of a company, and they love its brand they usually express about that by using the positive words of mouth communication, and this lead them to make purchase decision making. Why words of mouth communication can be influence of decision making ?. Because WOM proven as most important, influential, trustfull and credible source of information. A study sample has been drawn from the city of Surabaya and data were obtained from 78 respondents by questionnaires. The hypothesized between variabels were then assessed by using multiple linear regression analysis using SPSS 20.0. this study also conclude that as Brand Love is a very influential to WOM. Were looked from result of this research has proven significant between brand love and WOM in have influence on costumers smartphone Samsung in Surabaya. Warning to further researchers, if will do this reaserch using variable mediating i suggest using Structural Equation Modeling (SEM), because was many difficult by using multiple linier regresion.

Key Words : Brand Love, word of mouth, purchase decision making