

**PENGARUH KOMUNIKASI WOM, CITRA MEREK DAN  
GAYA HIDUP TERHADAP NIAT BELI DUNKIN  
DONUT'S JEMURSARI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



Oleh :

**FARIZ MAULANA PRATAMA**  
**NIM : 2012210818**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2016**

**PENGARUH KOMUNIKASI WOM, CITRA MEREK DAN  
GAYA HIDUP TERHADAP NIAT BELI DUNKIN  
DONUT'S JEMURSARI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



Oleh :

**FARIZ MAULANA PRATAMA**  
**NIM : 2012210818**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA**

**2016**

**PENGARUH KOMUNIKASI WOM, CITRA MEREK DAN  
GAYA HIDUP TERHADAP NIAT BELI DUNKIN  
DONUT'S JEMURSARI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**FARIZ MAULANA PRATAMA**

**2012210818**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : .....

  
**(Dr. Soni Harsono., Drs., M.Si)**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KOMUNIKASI WOM, CITRA MEREK DAN  
GAYA HIDUP TERHADAP NIAT BELI DUNKIN  
DONUT'S JEMURSARI SURABAYA**

Disusun oleh :

**FARIZ MAULANA PRATAMA**

**2012210818**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
Pada tanggal 25 Februari 2016

Tim Penguji

**Ketua** : (Drs. Ec. Harry Widyanoro M.Si.)

**Sekretaris** : ( Dr. Drs. Soni Harsono M.Si .)

**Anggota** : ( Dr. Drs. M. Nadjib Usman, M.M. )



## PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a : Fariz Maulana Pratama  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 28 September 1993  
N.I.M : 2012210818  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
J u d u l : Pengaruh Komunikasi WOM, Citra Merek dan Gaya  
Hidup Terhadap Niat Beli Dunkin Donut's  
Jemursari Surabaya.

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 20 April 2016.....

Tanggal: 06 April 2016.....



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



(Dr. Soni Harsono., Drs., M.Si.)

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*“Man Jadda Wa Jadda”*

*“Kenali dan Pahami Musuhmu Dengan Baik, Maka Kau  
Akan Memenangkan Pertarungannya”*

### **PERSEMBAHAN**

1. Sembah sujud syukur kepada **Allah SWT dan Rosulullah SAW**. Taburan cinta dan kasih sayang Mu telah menuntunku hingga sampai selesai mengerjakan skripsi ini, berkat kuasa-Mu hambamu ini telah mencapai satu tingkat lebih tinggi dari sebelumnya. Sholawat serta salam akan selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.
2. Hormat dan bakti saya kepada kedua orang tua saya yang telah menuntun dan memberi arahan selama hidup ini yaitu kepada **Ayah Doddy Hermanto dan Ibu Latifah Robanijah P**. Semoga anak mu ini dapat menjadi orang yang bisa kalian banggakan di kemudian hari. Untuk Nenek tercinta juga yang telah mengurus saya sejak lahir hingga sampai saat ini.
3. Kepada Dosen Pembimbing yaitu Bapak **Dr. Soni Harsono, Drs, M.Si**. yang telah membantu dan memberikan motivasi serta arahan hingga terselesaikanlah skripsi saya ini. Terima kasih pak, engkau adalah pahlawan tanpa tanda jasa.
4. Pada teman-teman kesayangan ku, yang tentunya my best friend **Muhammad Zulfikri Oktada**. Terima kasih sudah menemani selama berjuang di kampus STIE Perbanas. Tak lupa para kawananku **Geng Kapak** yang terdiri dari **YUNITHA, ULFI, RIKA, IRMA, ANDHITA, WINDRA, RAHMI, RATNA** kalian luar biasa rek. Ga ada yang bisa menggantikan pokoknya. **Geng tergoxil** yang pernah saya punya. Tetap Kompak Yaaaaa !!!!
5. Untuk tim Futsal Manajemen FC **Anggi, Soni, Eko, Very, Doni, Lalu, Erdian**.
6. Terakhir untuk teman satu bimbingan terimakasih karena menciptakan kerjasama yang baik yaitu **Oris, Kelvin, mbak Anggun**.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Komunikasi WOM, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Niat Beli Dunkin Donut’s Jemursari Surabaya”.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan sarjana strata satu (S1) Jurusan Manajemen Pemasaran STIE Perbanas Surabaya. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Soni Harsono., Drs., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dorongan dalam penulisan skripsi saya dengan penuh kesabaran dan keuletan.
2. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M Fin. selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
4. Ibu Hj. Anggraeni, S.E., M.Si. selaku Dosen Wali.
5. Seluruh dosen dan karyawan STIE Perbanas Surabaya, atas ilmu dan bantuannya hingga penulis selesai menyusun tugas akhir ini.
6. Rekan-rekan di Jurusan Manajemen maupun Jurusan Akuntansi, STIE Perbanas Surabaya yang juga telah banyak membantu penulis

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan penulis berharap penulisan skripsi ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya penulis juga.

Surabaya, 19 Januari 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                     | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....</b>                    | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>                        | <b>iii</b>  |
| <b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>                                | <b>iv</b>   |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>                             | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                     | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                      | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                      | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                   | <b>xii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>   | <b>xiii</b> |
| <br>   |             |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                  | <b>1</b>    |
| 1.1. Latar Belakang .....                                      | 1           |
| 1.2. Perumusan Masalah.....                                    | 7           |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                                    | 8           |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....                                   | 8           |
| 1.5. Sistematika Penulisan Skripsi .....                       | 9           |
| <br>   |             |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                            | <b>11</b>   |
| 2.1. Penelitian Terdahulu .....                                | 11          |
| 2.2. Landasan Teori.....                                       | 17          |
| 2.3. Hubungan Antar Variabel .....                             | 23          |
| 2.4. Kerangka Penelitian .....                                 | 25          |
| 2.5. Hipotesis Penelitian.....                                 | 25          |
| <br>   |             |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                         | <b>27</b>   |
| 3.1. Rancangan Penelitian .....                                | 27          |
| 3.2. Batasan Penelitian .....                                  | 28          |
| 3.3. Identifikasi Variabel.....                                | 28          |
| 3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....        | 29          |
| 3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....      | 32          |
| 3.6. Instrumen Penelitian.....                                 | 33          |
| 3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data.....                     | 35          |
| 3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian ..... | 36          |
| 3.9. Teknik Analisis Data.....                                 | 37          |
| <br>   |             |
| <b>BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA</b>     | <b>43</b>   |
| 4.1. Gambaran Subyek Penelitian .....                          | 43          |
| 4.2. Analisis Data .....                                       | 48          |



|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| 4.3. Pengujian Hipotesis.....     | 63        |
| 4.4. Pembahasan.....              | 65        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>        | <b>71</b> |
| 5.1. Kesimpulan.....              | 71        |
| 5.2. Keterbatasan Penelitian..... | 72        |
| 5.3. Saran.....                   | 72        |

**DAFTAR RUJUKAN**  
**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

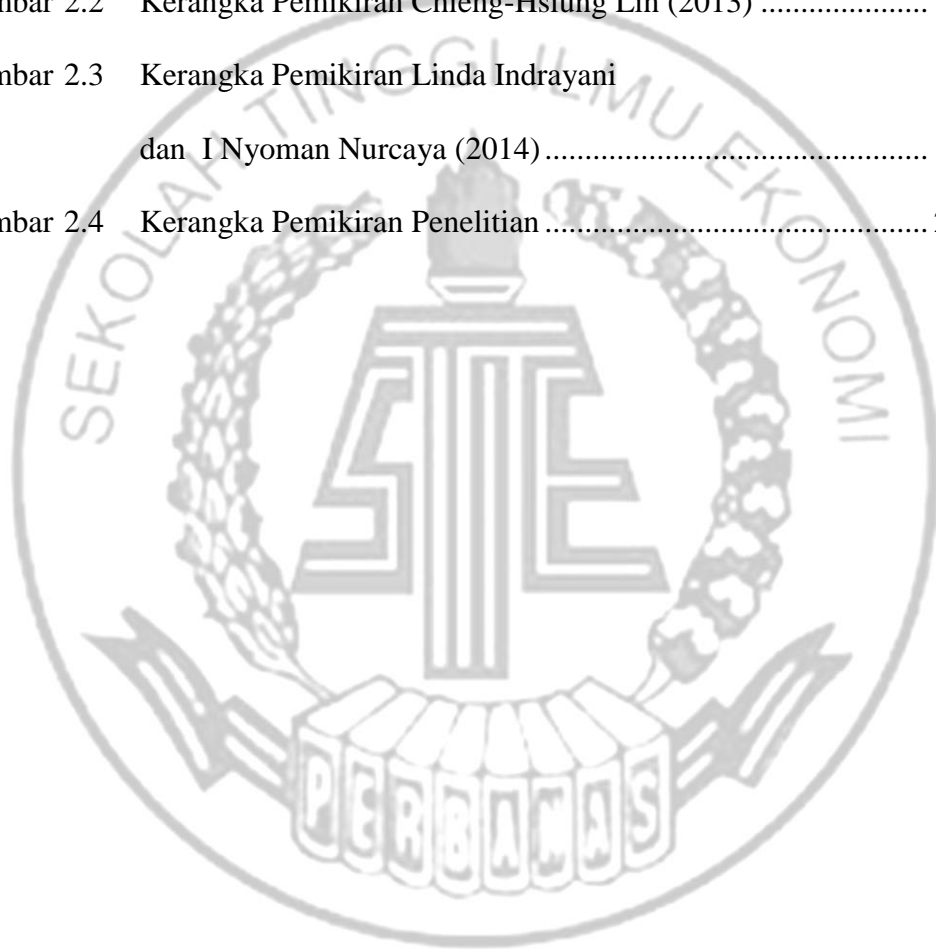
|   | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 Top Brand Award 2013/2014.....                                  | 6       |
| Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian sekarang ..... | 15      |
| Tabel 3.1 Interval Kelas .....  | 32      |
| Tabel 3.2 Instrument Penelitian.....                                      | 34      |
| Tabel 3.3 Tabel Nilai Durbin Watson .....                                 | 40      |
| Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil .....     | 44      |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Relibilitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil.....    | 46      |
| Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....              | 46      |
| Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....                       | 47      |
| Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                  | 48      |
| Tabel 4.6 Tabel Interval Class.....                                       | 50      |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel WOM .....                 | 50      |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....         | 51      |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup.....           | 52      |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Beli.....           | 53      |
| Tabel 4.11 Hasil Analisis Uji Normalitas .....                            | 55      |
| Tabel 4.12 Hasil Analisis Uji MultiKolieneritas.....                      | 56      |
| Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji Autokorelasi .....                          | 57      |
| Tabel 4.14 Nilai Durbin Watson .....                                      | 57      |
| Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji Heterokedastisitas .....                    | 58      |

|   |    |
|---|----|
| Tabel 4.16 Koefisien Regresi Linier Berganda.....   | 60 |
| Tabel 4.17 Koefisien Determinasi Simultan .....     | 61 |
| Tabel 4.18 Koefisien Determinasi Parsial.....       | 62 |
| Tabel 4.19 Hasil Analisis Uji Parsial (Uji t) ..... | 64 |



## DAFTAR GAMBAR

|   | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Muhammad Reza dan Neda Samiei (2012) .....        | 12      |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Chieng-Hsiung Lin (2013) .....                    | 13      |
| Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Linda Indrayani dan I Nyoman Nurcaya (2014) ..... | 14      |
| Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian .....                                  | 25      |



## DAFTAR LAMPIRAN

|             |   |
|-------------|---|
| Lampiran 1  | Kuesioner Responden                       |
| Lampiran 2  | Data Penelitian Sampel Kecil              |
| Lampiran 3  | Data Penelitian Sampel Besar              |
| Lampiran 4  | Karakteristik Responden                   |
| Lampiran 5  | Output Statistik Tanggapan Responden      |
| Lampiran 6  | Hasil Uji Validitas                       |
| Lampiran 7  | Hasil Uji Reliabelitas                    |
| Lampiran 8  | Hasil Uji Reliabelitas                    |
| Lampiran 9  | Hasil Uji Multikolinearitas               |
| Lampiran 10 | Hasil Uji Autokorelasi                    |
| Lampiran 11 | Hasil Uji Heteroskedastisitas             |
| Lampiran 12 | Hasil Uji MRA (Analisis Regresi Berganda) |
| Lampiran 13 | Hasil Uji R                               |
| Lampiran 14 | Hasil Uji $r^2$                           |
| Lampiran 15 | Hasil Uji T                               |

*The Effects WOM Communication, Brand Image and Lifestyle on Purchase Intention In Dunkin Donut's Jemursari Surabaya*

**Fariz Maulana Pratama**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [2012210818@students.perbanas.ac.id](mailto:2012210818@students.perbanas.ac.id)

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to find out how the external factor can impact the consumer intention to buy the product. This research held at Jemursari, in the capital city of Surabaya. This research explains about how WOM, brand image and lifestyle has effects purchase intention in Dunkin Donut's Jemursari Surabaya. The sample in this research is 110 consument who has enjoyed the product from Dunkin Donut's within 1-2 month ago. According to the result, WOM and lifestyle has positive and significant effect against the intention to buy, and the last influential brand image and insignificant against the intention to buy.*

**Keywords: WOM, Brand Image, Lifestyle, Purchase Intention**