

**PENGARUH CITRA MEREK, CINTA MEREK DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP *WORD OF MOUTH* PADA PENGGUNA MOBIL
TOYOTA DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh

IBNU SINA ALFIRU ZABAD
2014210129

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

**PENGARUH CITRA MEREK, CINTA MEREK DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP *WORD OF MOUTH* PADA PENGGUNA
MOBIL TOYOTA DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**IBNU SINA ALFIRUZABAD
NIM : 2014210129**

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 21 - 05 - 2019


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

**PENGARUH CITRA MEREK, CINTA MEREK DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP *WORD OF MOUTH* PADA PENGGUNA
MOBIL TOYOTA DI SURABAYA**

Disusun oleh :

**IBNU SINA ALFIRUZABAD
NIM : 2014210129**

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 24-08-2018

Tim Penguji

Ketua : (Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M.)

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

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

PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a : Ibnu Sinal Alfiru Zabad
Tempat, Tanggal lahir : Sidoarjo, 29 Juli 1995
NIM : 2014210129
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Permasaran
J u d u l : Pengaruh Citra Merek, Cinta Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap *Word Of Mouth* Pada Pengguna Mobil Toyota Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 21-05-2019

Tanggal : 21-05-2019



Burhanudin, SE., M.Si.



Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si

MOTTO

“Being lazy is disrespectful to the people that believe in you”

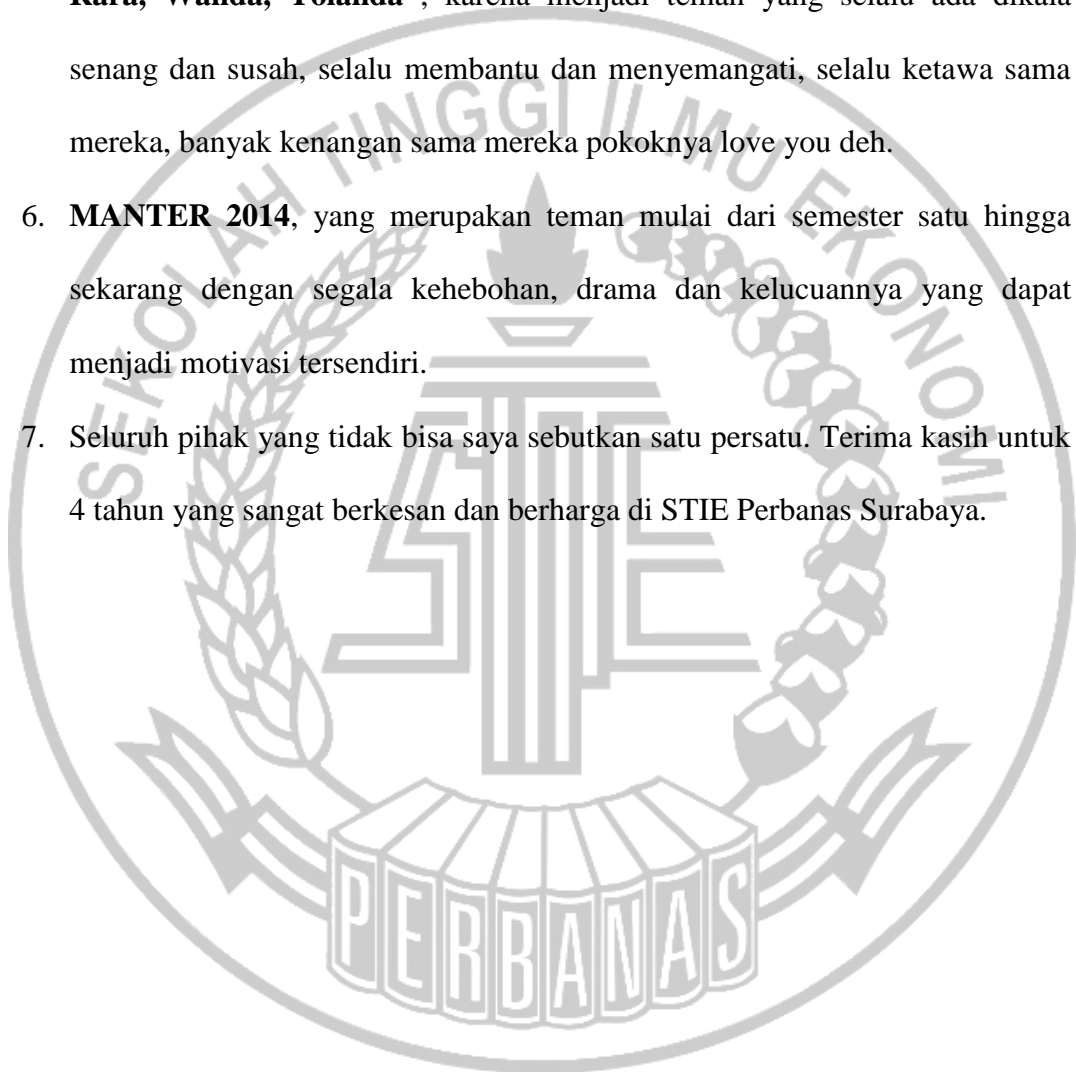
PERSEMBAHAN

Segala syukur dan puji hanya bagi Allah SWT, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di STIE Perbanas Surabaya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Dengan tersusunnya skripsi ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. **Allah SWT**, karena telah memberi rahmat, karunia dan ridho – Nya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. **Kedua Orang Tua dan Saudara**, karena telah memberi doa, semangat dan dukungan penuh dalam proses pembuatan skripsi sampai sidang skripsi.
3. **Dr. Drs. Soni Harsono, M.Siselaku** dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing saya , selalu sabar membimbing saya dan selalu memberi motivasi hingga dapat menyelesaikan studi saya di STIE Perbanas Surabaya dengan tepat waktu.

4. **Ade, Nina dan Syarifudin**, mereka bukan sekedar teman biasa, mereka adalah obat senang saya karena kemana-mana bersama mereka membuat kekonyolan, seperti nongkrong, nonton, ke malang hahahaha kangen .
5. **Ibnu Sina, Ambon, Pras, Bintang, Tupai, Naldi, Yuan, Yuda, Bilqis, Rara, Wanda, Yolanda** , karena menjadi teman yang selalu ada dikala senang dan susah, selalu membantu dan menyemangati, selalu ketawa sama mereka, banyak kenangan sama mereka pokoknya love you deh.
6. **MANTER 2014**, yang merupakan teman mulai dari semester satu hingga sekarang dengan segala kehebohan, drama dan kelucuannya yang dapat menjadi motivasi tersendiri.
7. Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk 4 tahun yang sangat berkesan dan berharga di STIE Perbanas Surabaya.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat, hidayah, kemudahan dan pertolongan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Cinta Merek dan Kepercayaan Merek terhadap *Word Of Mouth* pada pengguna mobil Toyota di Surabaya” dengan baik dan lancar.

Skripsi ini disusun dan dibuat untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan strata satu jurusan manajemen di STIE Perbanas Surabaya. Dalam penelitian ini, peneliti telah banyak mendapatkan bantuan dari banyak pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih kepada yang saya hormati :

1. Bapak Dr. Drs.Soni Harsono, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran dan waktu kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
2. Ibu Dr. Dra. Ec.Sri Haryati, M.M. Selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan saran kepada peneliti selama studi di STIE Perbanas Surabaya.
3. Bapak Dr. Lutfi, SE., M.Fin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
4. Bapak dan Ibu Dosen beserta civitas akademika STIE Perbanas Surabaya
5. Orang tua, sahabat dan keluarga, yang telah memberikan semangat dalam penelitian skripsi ini.

Karena kebaikan dan kebijakan beliau-beliau maka saya dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga kebaikan dan jasa-jasa beliau mendapat balasan dari Tuhan YME.

Akhir kata semoga skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Cinta Merek dan Kepercayaan Merek terhadap *Word Of Mouth* pada pengguna mobil Toyota di Surabaya” ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi pihak mahasiswa STIE Perbanas lain serta pihak-pihak yang terkait.

Surabaya, 21 Juli 2018



Peneliti

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	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori	23
2.3. Kerangka Pemikiran	30
2.4. Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Rancangan Penelitian.....	32
3.2. Batasan Penelitian.....	33
3.3. Identifikasi Variabel	33
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.6. Instrumen Penelitian	38
3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data	40
3.8. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas instrument penelitian.....	41
3.9. Teknik Analisa data.....	42
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	48
4.1. Gambaran Subyek Penelitian.....	48
4.2. Analisis Data.....	53
4.3. Pembahasan.....	71

BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Keterbatasan.....	76
5.3 Saran	77

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN

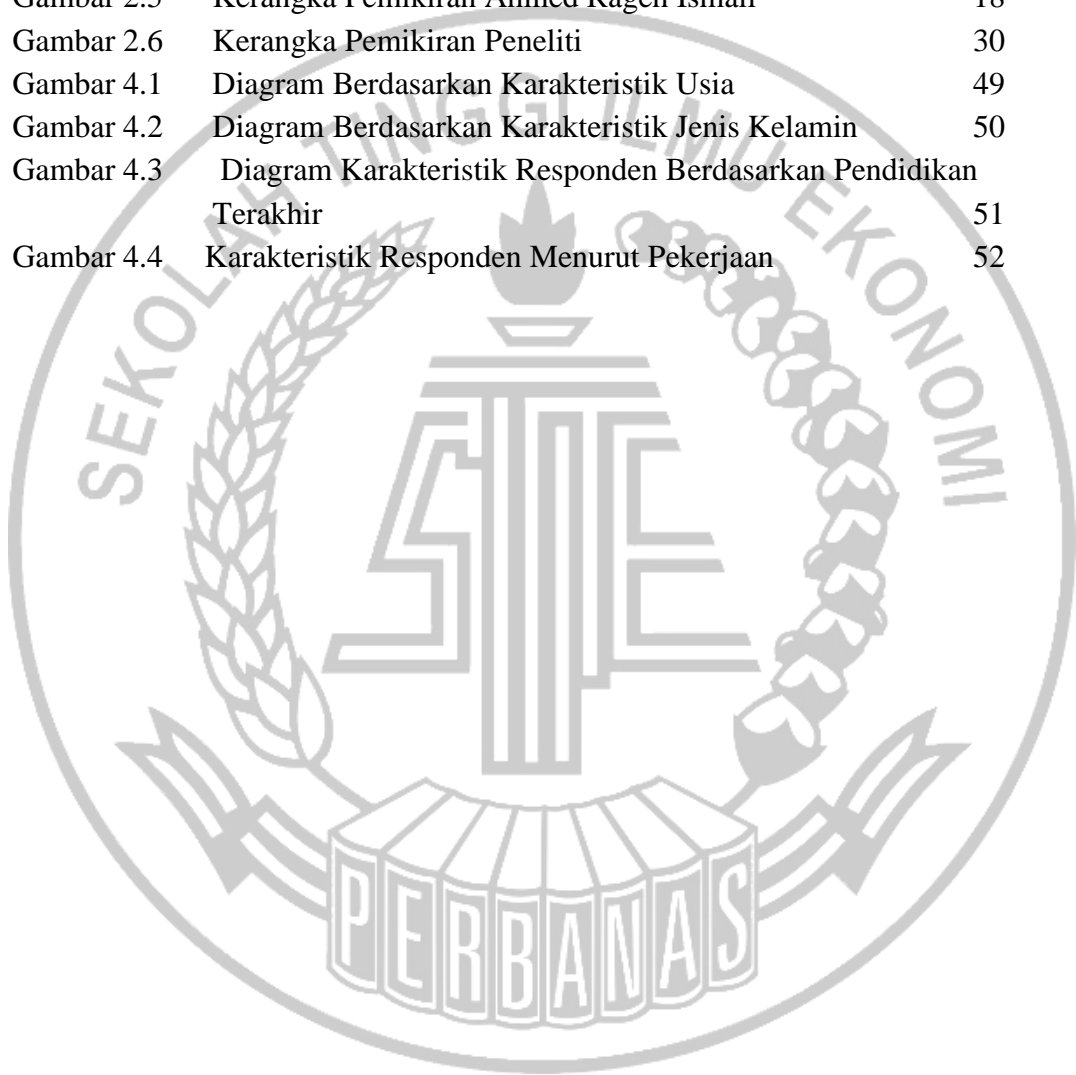


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Mobil Toyota	3
Tabel 2.1	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Pengukuran Kelas Interval	36
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Kuisisioner	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Usia	48
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	52
Tabel 4.5	Interval kelas	54
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek	54
Tabel 4.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kecintaan Merek	55
Tabel 4.8	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Merek	56
Tabel 4.9	Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	57
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek, Cinta Merek, Kepercayaan Merek dan <i>Word Of Mouth</i> (sampel kecil)	58
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek, Cinta Merek, Kepercayaan Merek dan <i>Word Of Mouth</i> (sampel besar)	59
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel (sampe; kecil)	60
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel (sampe; besar)	61
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.16	Hasil Uji Autokorelasi	63
Tabel 4.17	Hasil Persamaan Regresi	64
Tabel 4.18	Hasil Analisis Uji Parsial (Uji t)	67
Tabel 4.19	Hasil Uji Simultan (Uji F)	69
Tabel 4.20	Hasil Koefisien Determinasi Simultan	70
Tabel 4.21	Hasil Koefisien Determinasi Parsial	70

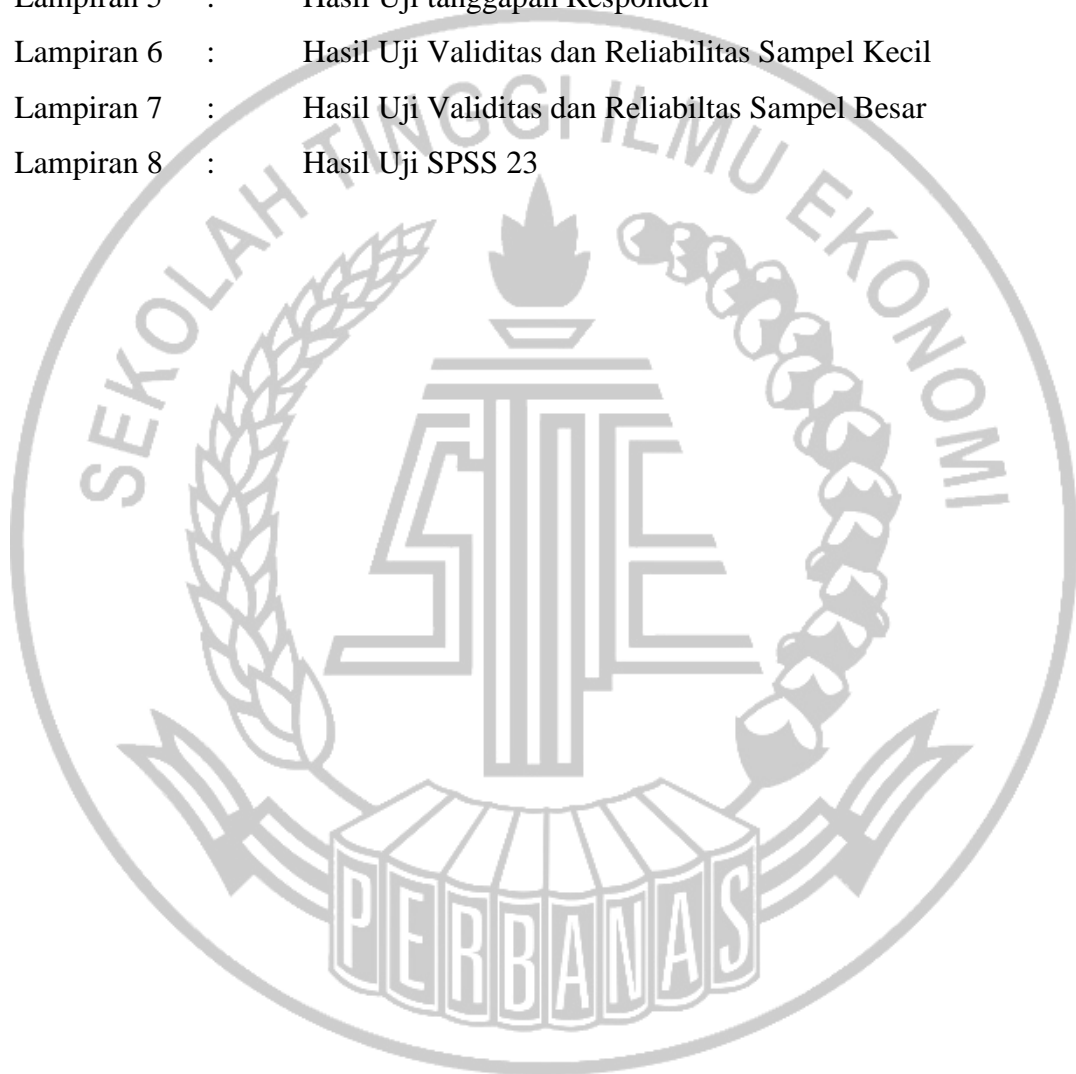
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Noel Albert Dan Dwight Merunka	11
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Soni Harsono	13
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Abolghasem Mira	15
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran Muh. Yasin Dan Amjad Shamiim	17
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran Ahmed Rageh Ismail	18
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran Peneliti	30
Gambar 4.1	Diagram Berdasarkan Karakteristik Usia	49
Gambar 4.2	Diagram Berdasarkan Karakteristik Jenis Kelamin	50
Gambar 4.3	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	52



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
Lampiran 2 : Tabulasi Data Sampel Kecil
Lampiran 3 : Tabulasi Data Sampel Besar
Lampiran 4 : Hasil Uji Kriteria Responden
Lampiran 5 : Hasil Uji tanggapan Responden
Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil
Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar
Lampiran 8 : Hasil Uji SPSS 23



EFFECT OF BRAND IMAGE, BRAND LOVE, AND BRAND TRUST TO WORD OF MOUTH ON TOYOTA USER IN SURABAYA

By:
Ibnu Sina Al Firu Zabad
2014210129
ibnusinaaz@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of brand image, brand love, and brand trust to word of mouth simultaneously. This research includes the development of research with reference to the journals and books that guide researchers. Determination of the subject is done by purposive sampling, which consists of a large sample of 110 respondents in accordance with the theory used. Data collected with questionnaire. This questionnaire is used to determine how much influence the brand image, brand love, and brand trust in influencing word of mouth. Data were analyzed by descriptive quantitative. The results showed that brand image and brand trust has an positive significant effect on word of mouth. But brand love has an positive effect on but not significant word of mouth.

Keywords: Brand Image, Brand Love, Brand Trust, Word of Mouth

**PENGARUH CITRA MEREK, CINTA MEREK DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP *WORD OF MOUTH* PADA PENGGUNA MOBIL
TOYOTA DI SURABAYA**

By:
Ibnu Sina Al Firu Zabad
2014210129
ibnusinaaz@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, cinta merek, dan kepercayaan merek terhadap *word of mouth* secara bersamaan. Penelitian ini termasuk pengembangan penelitian dengan mengacu pada jurnal dan buku yang membimbing peneliti. Penentuan subjek dilakukan secara purposive sampling, yang terdiri dari sampel besar sebanyak 110 responden sesuai dengan teori yang digunakan. Data dikumpulkan dengan kuesioner. Kuisisioner ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek, cinta merek, dan kepercayaan merek dalam mempengaruhi *word of mouth*. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kepercayaan merek memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *word of mouth*. Tetapi cinta merek memiliki efek positif tetapi tidak signifikan dari mulut ke mulut.

Kata Kunci: Citra Merek, Kecintaan Merek, Kepercayaan Merek, *word of mouth*