

**KOLABORASI RISET
DOSEN DAN MAHASISWA**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, KUALITAS YANG
DIRASAKAN DAN KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI
WAFER “BENG-BENG” DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

WIDYANA OKTAVIANI

NIM : 2013210578

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, KUALITAS YANG DIRASAKAN DAN KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI WAFER “BENG-BENG” DI SURABAYA

Diajukan Oleh :

WIDYANA OKTAVIANI

NIM : 2013210578

Skripsi Ini Telah Dibimbing
dan Dinyatakan Siap Diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 09 Agustus 2017



Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M.

SKRIPSI

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, KUALITAS YANG DIRASAKAN DAN KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI WAFER “BENG-BENG” DI SURABAYA

Disusun Oleh :

WIDYANA OKTAVIANI

NIM : 2013210578

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan Dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 22.....Agustus 2017

Tim Penguji

Ketua : Dra. Lindiawati, M.M

.....

Sekretaris : Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M

.....

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

.....

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Widyana Oktaviani
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 22 Oktober 1995
N.I.M : 2013210578
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek, Kualitas yang Dirasakan dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Wafer “Beng-Beng” di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi S1 Manajemen

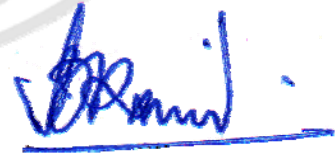
Tanggal:.....09 September 2017.....



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

Dosen Pembimbing

Tanggal : ...09 September 2017



Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M.

MOTTO

Semua yang datang akan pergi. Doakan, usahakan, upayakan dan pasrahkan kepada sang pemilik kehidupan.

Sertakan Allah SWT dalam setiap langkahmu.

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirohim, saya menuliskan persembahan ini untuk :

ALLAH SWT

Alhamdulillah, terimakasih untuk Allah SWT karena mengizinkan saya ada selama ini, dan untuk menjadi pemeran utama dalam produksi film kehidupannya. Dan selalu menjadi alasan tempat dimana saya harus pulang setelah pelayonan ngalor ngidul.

Kedua Orang Tua

Papa H. Soegijono, untuk doa, support agar tidak menjadi wanita yang lemah dan mudah putus asa. Dan mama terbaik dalam hidup saya Hj. Enis Triwidayati yang selalu mengingatkan saya kepada sang pencipta serta meriwik selalu mengajak liburan ketika saya menghadap laptop dan selalu mengirimkan kata serapah jika tidak berada di rumah jam 22.00. Sehat terus ya ma 😊 terimakasih untuk cinta dan kasih kalian kepada adik, terimakasih untuk biaya kehidupan yang telah diberikan walau besok kalau jadi mantunya presiden uangnya gak akan tergantikan. Adik cuman bisa berdoa semoga diberikan kesehatan, serta diberikan waktu yang lebih untuk bersama adik, adik sayang mama papa.

Seluruh anggota keluarga

Terimakasih untuk kedua kakakku Gita Intiarsih dan keluarga, serta Ginanjar astreawan dan keluarga. Terimakasih untuk tiga malaikat kecilnya yang dalam setiap senyumnya selalu mengajarkan arti kebahagiaan yang tak harus dengan mahal asal lengkap. Untuk keluarga besar Doeljari suwun diajari kendel.

Seluruh anggota keluarga ke 2

Terimakasih sudah mau mengerti, sudah mau menjadi pelukan ketika semua beban kehidupan terasa memberatkan, terimakasih untuk menjadi wadah dimana tempat untuk berkeluh kesah : Diovanny, caca, novia, karina, regina, anggung, cintya.

untuk Paufi Cherry Maharani S.E, terimakasih untuk diperkenalkan dengan STIE Perbanas. Terimakasih telah menjadi orang yang terbaik dalam hidup widya.

STIE PERBANAS SURABAYA

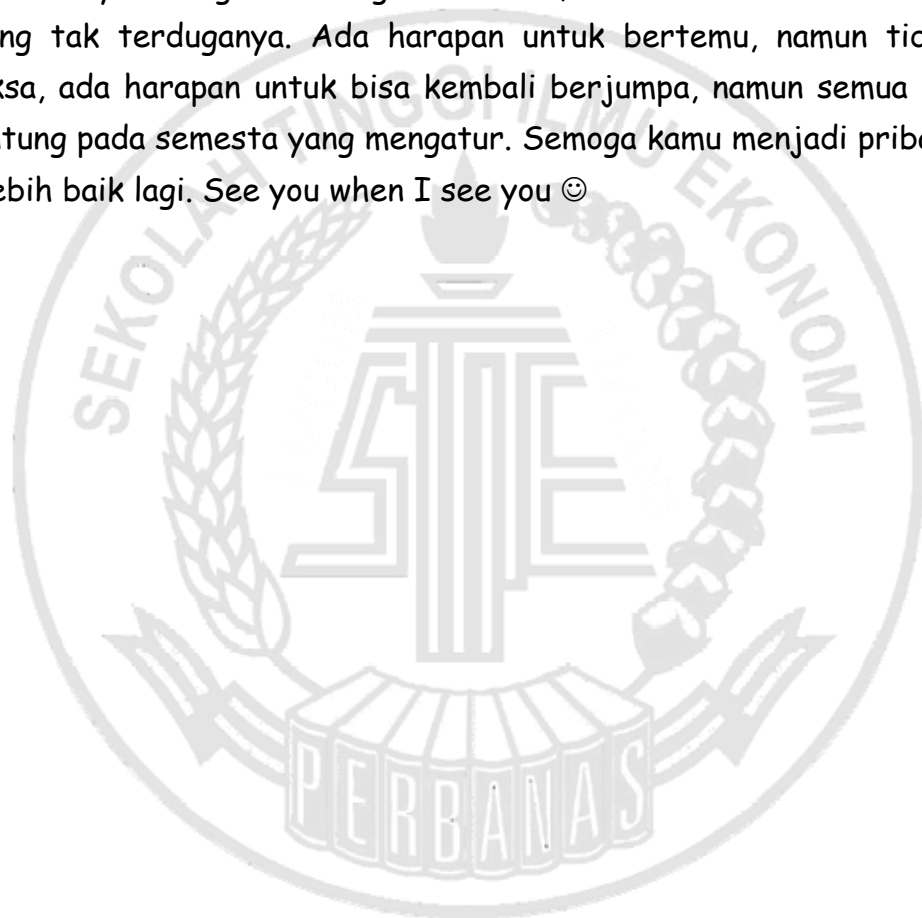
Terimakasih sudah dipertemukan dengan berbagai macam karakter mahasiswanya, terimakasih untuk rekan-rekan yang mengenal oncom, terimakasih untuk yang selalu direpotkan oleh oncom, diresekin oleh oncom, dicelatu oleh oncom. Mohon maaf atas segala perbuatan tersebut, itu dilakukan karna sebenarnya saya sangat menyayangi kalian. Terimakasih atas dukungan selama ini amel, suci, kesuma, ayu, adel, iil, ibram, majdiy, nurkholis, fatra, bong, bebek, dhelima, ajeng, anin, eby, annisa, daaaan banyak lagi serta rekan satu bimbingan : wildan, kipli, firman, putri, riri,emil dan prita. Dan **REA-REO** beruntung mengenal manusia seajaib kalian, salam sakduluran !

Bapak Basuki Racmat, selaku dosen pembimbing yang saya idam-idamkan dari awal masuk perbanas. Terimakasih untuk support, serta tanda tangan bapak ☺

Untuk Jimi Amijaya, terimakasih untuk support, doa dan selalu memotivasi saya menjadi manusia yang lebih baik dari sebelumnya, maaf lulus nya 4 tahun ☺

Terimakasih untuk kamu,

Terimakasih sudah menjadi cerita ketika saya memperjuangkan kewajiban saya sebagai seorang mahasiswa, terimakasih untuk setiap hal yang tak terduganya. Ada harapan untuk bertemu, namun tidak memaksa, ada harapan untuk bisa kembali berjumpa, namun semua itu tergantung pada semesta yang mengatur. Semoga kamu menjadi pribadi yang lebih baik lagi. See you when I see you ☺



KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT yang telah memberikan lindungan dan limpahan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek, Kualitas yang Dirasakan, dan Kesadaran Merek terhadap Niat Beli Wafer Beng-Beng di Surabaya”.

Penulisan skripsi ini tidak lain adalah untupk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan strata satu manajemen STIE Perbanas Surabaya.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Lutfi S.E., M.Fin sebagai Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh S.E., M.T. Selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas dan Dosen Wali Penulis.
3. Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmunya kepada saya dan memotivasi saya
4. Orang tua saya yang selalu memberikan motivasi agar cepat menyelesaikan skripsi.
5. Teman-teman kolaborasi seperjuangan saya, yang selalu mengingatkan untuk cepat menyelesaikan skripsi.

Penulis berharap semoga Allah SWT selalu berkenan melimpahkan rahmad-Nya kepada semua pihak atas bantuan yang telah diberikan, dan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, Agustus 2017

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI	ii
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan Proposal.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	18
2.3 Kerangka Penelitian.....	37
2.4 Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Rancangan Penelitian	40
3.2 Batasan Penelitian	41
3.3 Identifikasi variabel Penelitian	41
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	41
3.5 Instrumen Penelitian	47
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	50
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	51
3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	52
3.9 Teknik Analisis Data	54
BAB IV GAMBAR SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	60
4.1. Gambaran Subyek Penelitian	60
4.2. Analisa Data	63
4.3. Pembahasan	85

BAB V PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Keterbatasan Penelitian	92
5.3 Saran.....	93

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Top Brand Index Produk Wafer Tahun 2015-2017	4
Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Peneliti Sekarang	16
Tabel 3.1 : Skala Interval	47
Tabel 3.2 : Kisi-Kisi Kuesioner	48
Tabel 3.3 : Goodness Of Fit Indices	58
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Mengonsumsi Wafer Beng-beng perbulan	61
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	62
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.6 : Kategori Mean Dari Variabel Bebas dan Terikat	64
Tabel 4.7 : Tanggapan Responden Pada Variabel WOM	65
Tabel 4.8 : Tanggapan Responden Pada Variabel Citra Merek	66
Tabel 4.9 : Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Yang Dirasakan	68
Tabel 4.10 : Tanggapan Responden Pada Variabel Kesadaran Merek	69
Tabel 4.11 : Tanggapan Responden Pada Variabel Niat Beli	71
Tabel 4.12 : Uji Normalitas Data	74
Tabel 4.13 : Outlier Univariate	75
Tabel 4.14 : Uji Multivariate Outliers	76
Tabel 4.15 : <i>Goodness Of Fit</i> Model CFA	78
Tabel 4.16 : Uji Validitas Sampel	79
Tabel 4.17 : Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.18 : <i>Goodness Of Fit</i> Model Struktural	82
Tabel 4.19 : Hasil Model Persamaan Struktural	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Nasreen Khan <i>et al</i>	10
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Misbah Khalid dan Saleem Ur Rahman	12
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Poh K. Tee et al	14
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Yi Hsin Lin et al	15
Gambar 2.5 : Kerangka Pemikiran	37
Gambar 3.1 : Kerangka Model Penelitian	56
Gambar 4.1 : Model Awal Struktural	72
Gambar 4.2 : CFA Awal	77
Gambar 4.3 : Pengujian Model Persamaan Struktural Penelitian	82

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3 : Pertanyaan Terbuka
- Lampiran 4 : Karakteristik Responden
- Lampiran 5 : Tanggapan Responden
- Lampiran 6 : Model Struktural
- Lampiran 7 : Model CFA



***EFFECTS OF WORD OF MOUTH, BRAND IMAGE, PERCEIVED
QUALITY, AND BRAND AWARENESS TOWARD PURCHASE
INTENTION ON WAFER BENG-BENG IN
SURABAYA***

Widyana Oktaviani

STIE Perbanas Surabaya
Email: Widyanaoktaviani22@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Word of Mouth, Brand Image, Perceived Quality and Brand Awareness toward purchase Intention on Wafer Beng-beng in Surabaya. This research is a research based on the quantitative approach, because the variables are causal, data are numbers and analyzed through such a statistical method. The source of main data of this study consists of questionnaires measured by Likert scale and distributed to as many as 130 consumers of wafer Bengbeng in Surabaya. Samples determined with a judgment sampling technique based on Non-Probability sampling category. Research data then analyzed by technique of structural equation model (SEM) using AMOS 22.0 program. The results show that Word Of Mouth has no significant effect toward Buying Intention because its effect has a p value of 0.630 ($p \geq 0.05$). Brand image has significant effect toward purchase intention because its influence has p value of 0.15 ($p < 0.05$). Brand image has a significant effect toward perceived quality because its effect has a p value of 0.03 ($p < 0.05$). The perceived quality has no significant effect toward purchase intention because its effect has a p value of 0.171 ($p \geq 0.05$). Brand awareness has no significant effect toward perceived quality because its effect has a p value of 0.16 ($p \geq 0.05$). Brand awareness has a significant effect toward buying intention because its effect has p value of 0.03 ($p < 0.05$).

Keywords: *Word of Mouth, Brand Image, Perceived Quality, Brand Awareness, Purchase Intention*

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, KUALITAS YANG DIRASAKAN DAN KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI WAFER BENG-BENG DI SURABAYA

Widyana Oktaviani

STIE Perbanas Surabaya
Email: Widyanaoktaviani22@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Word of Mouth, Citra Merek, Kualitas yang Dirasakan dan Kesadaran Merek terhadap Niat Beli wafer Beng-beng di Surabaya. Penelitian ini menurut pendekatannya menggunakan penelitian kuantitatif, Karena variabelnya bersifat sebab-akibat, dimana data penelitiannya berupa angka dan dianalisis melalui metode statistik. Sumber data utama penelitian ini berasal dari kuesioner yang diukur dengan skala Likert dan disebarakan kepada sebanyak 130 orang konsumen Beng-beng di Surabaya. Sampel dipilih secara dengan teknik *judgment sampling* dalam kategori *Non Probability sampling*. Data penelitian kemudian dianalisis dengan teknik model persamaan struktural (SEM) dengan memanfaatkan program AMOS 22.0. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Word Of Mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli karena pengaruhnya memiliki nilai p sebesar 0,630 ($p \geq 0,05$). Citra merek berpengaruh signifikan terhadap niat beli karena pengaruhnya memiliki nilai p sebesar 0.15 ($p < 0.05$). Citra merek terhadap kualitas yang dirasakan berpengaruh signifikan karena pengaruhnya memiliki nilai p sebesar 0,03 ($p < 0.05$). Kualitas yang dirasakan berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli karena pengaruhnya memiliki nilai p sebesar 0,171 ($p > 0.05$). Kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap kualitas yang dirasakan karena pengaruhnya memiliki nilai p sebesar 0.16 ($p < 0.05$). Kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap niat beli karena pengaruhnya memiliki nilai p sebesar 0,03 ($p < 0.05$).

Kata kunci : Word of Mouth, Citra Merek, Kualitas yang Dirasakan, Kesadaran Merek, Niat Beli