

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP CITRA MEREK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
MC.DONALD'S**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen S-1

Nama : MARIA

NIM : 43109010100



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP CITRA MEREK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
MC.DONALD'S**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : MARIA

NIM : 43109010100



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maria

NIM : 43109010100

Program Studi :Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta,1 Agustus 2013

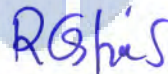


Maria
(43109010100)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : **Maria**
NIM : **43109010100**
Program Studi : **Manajemen S1**
Judul Skripsi : **Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Customer Experience* terhadap Citra Merek dalam Keputusan Pembelian Mc.Donald's**
Tanggal Lulus Ujian : **1 Agustus 2013**

Disahkan oleh:
Pembimbing Skripsi



(Dr. Rina Astini, SE,MM)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen – S1



(Dr. Wiwik Utami, Ak., CA)

Tanggal : **21/08 - 2013**



(Dr. Rina Astini, SE,MM)

Tanggal : **21/08 - 2013**

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Customer Experience* terhadap Citra Merek dalam
Keputusan Pembelian Mc.Donald's.

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

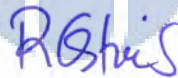
Maria

43109010100

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 1 Agustus 2013

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



UN (Dr. Rina Astini, SE, MM) S

MERCU BUANA

Anggota Dewan Penguji I



(Dra. Aty. Herawati, M.Si)

Anggota Dewan Penguji II



(Ir. Sahibul Munir, SE., M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan pemberkatan dan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Customer Experience* terhadap Citra Merek dalam Keputusan Pembelian Mc.Donald’s**”. Skripsi ini disusun untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Untaian terima kasih yang dalam penulis tujukan kepada :

1. **Mama dan Papa** tersayang, yang selalu dengan cinta kasihnya mendoakan dan memberikan nasehat kepada saya. Apapun yang saya lakukan selalu untuk membahagiakan kalian berdua orangtuaku tercinta.
2. **IbuDr. Rina Astini, SE,MM** selaku dosen pembimbing dan Ketua program studi Manajemen S1, terima kasih atas segala pengorbanan waktu,tenaga,nasehat yang telah ibu berikan kepada saya. Saya sangat bangga dan beruntung punya pembimbing seperti ibu.
3. **Ibu Dra.Aty.Herawatydan Bapak M.Si Ir.Sahibul Munir.SE.,M.Si**selaku dewan penguji, terima kasih atas segala kritik dan saran yang membangun dan berharga demi kesempurnaan skripsi saya.
4. **Bapak Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM** selaku Rektor Universitas Mercu Buana terima kasih atas perhatian Bapak selama ini .

5. **Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak.CA** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. **Bapak Endi Rekarti,SE.MM** selaku Direktur Kemahasiswaan, **Ibu Luna Haningsih,SE.ME** dan **Ibu Hesti Maheswari, SE.M.Si** selaku Sekretaris I dan II Program Studi S-1 Manajemen Terima kasih atas perhatian, kesempatan dan nasehat yang telah Ibu berikan.
7. **Ibu Mafizatun Nurhayati,SE.MM** yang telah mengajarkan saya SEM dan **Ibu Ropiko**. Terima kasih atas segalanya ibu, yang selalu membantu saya dan menjawab semua pertanyaan saya.
8. **Kakakku Lay shin hin,Lay pit shin, Cece susan** beserta suaminya **koko Yanto** dan **Adikku Oktaberlina** yang membantu dalam tabulasi jawaban kuesioner dan keponakanku tersayang **Kim Apo**.
9. Kedua sahabatku tercinta, **Dea Apriliani Safitri** dan **Ni Kadek Rejalia Vina Firdaus** atas segala nasehat,cintanya, menemani dalam suka maupun duka dan semangatnya. Saya beruntung mempunyai sahabat setulus kalian.
10. Kakak-kakak terbaik, **Ka Tatik** (terima kasih atas bimbingan, pengorbanan waktu dan kesabarannya dalam mengajari saya), **Ka Ditha Varirahartia, Ka Charly Aldita**. Terima kasih kakak atas segala sarannya untuk Maria.
11. Saudara dan Saudariku terkasih di SMK PEMENANG XVIII Gereja BetlehemIndonesiaTamanKencana;**Inriany,Ronal,Dodi,Haykal,Merry** dan Khususnya untuk Pembinaaku **Ka Eva** yang setiap hari mendoakan dan memberikan semangat.
12. Teman-teman HMJ Manajemen S1 yang menemani selama 2 tahun : **Salman,Rahman,Kimul,Indra,Vivi,Imam,Dian,Bondan,Tika,Sopyor,**

Prio,Ivan,dan Cipuy . Terima kasih atas kerja samanya di organisasi ini.

13. Adik-adik HMJ Manajemen S1 tersayang **Kastomy, Ulil, Devi, Tiwi, Erico,Agus,Budi,Firda,Ditia,Ratu,Habibi,Dewy,Isa,Adit,Reza,Sita,Ria, Nur,Sofi,Yossy,Wahyu,Sahidin,Icus,Anita,Maul,Tizar,Ghea dan Agnes.**

Terima kasih atas dukungan dan doanya untuk Kakak.

14. Seluruh teman-teman yang telah bersedia menjadi responden, Teman-teman seperjuangan di Angkatan 2009 dan adik-adik Manajemen S1 angkatan 2010-2012, serta Anggota HMJ Manajemen S1 dari periode terdahulu sampai saat ini, dan KSPM periode 2012-2013.

15. Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis lainnya yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu. Semoga Tuhan membalas semua kebaikan kalian kepada saya.

**UNIVERSITAS** Jakarta, 1 Agustus 2013
MERCU BUANA

Maria

(43109010100)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Perilaku Konsumen	7
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen	7
2.1.2 Pendekatan Perilaku konsumen sebagai Disiplin Ilmu	8
2.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	9
2.2 <i>Word Of Mouth</i>	14
2.2.1 Definisi <i>Word Of Mouth</i>	14
2.2.2 Jenis <i>Word Of Mouth</i>	14
2.2.3 Tahapan <i>Word Of Mouth</i>	15
2.2.4 Manfaat <i>Word Of Mouth</i>	16
2.2.5 Unsur-Unsur yang harus dimiliki produk	17
2.2.6 Faktor yang mempengaruhi Efektivitas <i>Word Of Mouth</i>	18

2.2.7 Klasifikasi <i>Word Of Mouth</i>	19
2.3 <i>Customer Experience</i>	21
2.3.1 Definisi <i>Customer Experience</i>	21
2.3.2 Tahapan proses pembentukan <i>Customer Experience</i>	21
2.3.3 8 Faktor mempengaruhi B2C <i>Customer Experience</i>	22
2.3.4 Dimensi <i>Customer Experience</i>	23
2.4 Citra Merek	26
2.4.1 Definisi Citra Merek.....	26
2.4.2 Manfaat Citra Merek	28
2.4.3 Dimensi Citra Merek.....	29
2.4.4 Indikator yang membentuk Citra Merek	30
2.5 Keputusan Pembelian.....	31
2.5.1 Keputusan Pembelian	31
2.5.2 Keputusan Pembelian mempunyai 7 komponen.....	31
2.5.3 Proses pengambilan Keputusan Pembelian	33
2.6 Penelitian Terdahulu	36
2.7 Kerangka Pemikiran.....	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	41
3.1.1 Lokasi Penelitian	41
3.1.2 Sejarah Perusahaan	41
3.1.3 Profil Perusahaan	42
3.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	44
3.2 Desain Penelitian	44
3.3 Hipotesis	45
3.4 Skala Pengukuran Variabel	46
3.5 Definisi Operasional Variabel	47
3.6 Metode Pengumpulan data	49
3.8 Populasi dan Sampel.....	51
3.8.1 Populasi	51

3.8.2 Sampel	51
3.9 Analisis Data.....	54
3.9.1 Uji Validitas.....	54
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.9.3 Teknik Analisis data SEM	62

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	64
4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	64
4.1.2 Responden Menurut Fakultas	65
4.1.3 Responden Menurut Intensitas Pembelian	66
4.2 Deskriptif Variabel Penelitian-Menurut Responden	66
4.2.1 Variabel <i>Word Of Mouth</i>	67
4.2.2 Variabel <i>Customer Experience</i>	68
4.2.3 Variabel Citra Merek	69
4.2.4 Variabel Keputusan Pembelian	70
4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	71
4.3.1 Uji Validitas Data	71
4.3.2 Reliabilitas Data	73
4.4 Pengolahan data&Uji kecocokan model pengukuran.....	74
4.4.1 Uji kecocokan model Pengukuran.....	74
4.4.1.1 Memeriksa Validitas Variabel Teramati.....	74
4.4.2 Uji Kecocokan keseluruhan model pengukuran.....	79
4.4.3 Hasil Modifikasi Model (Respesifikasi).....	82
4.4.4 Model Struktural.....	84
4.5 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	85
4.6 Analisis hasil penelitian	87
4.6.1 Analisis pengaruh WOM terhadap CM.....	88
4.6.2 Analisis pengaruh CE terhadap CM	88
4.6.3 Analisis pengaruh WOM terhadap KP	89
4.6.4 Analisis pengaruh CE terhadap KP.....	90

4.6.5 Analisis pengaruh CM terhadap KP	91
--	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran	94
5.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	94
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	95

DAFTAR PUSTAKA	96
----------------------	----

LAMPIRAN

Lampiran I: Kuesioner Penelitian	101
Lampiran II Daftar Karakteristik Responden.....	105
Lampiran III: Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai WOM.....	108
Lampiran IV : Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai CE	111
Lampiran V : Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai CM	114
Lampiran VI : Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai KP	117
Lampiran VII : Uji Validitas & Reliabilitas.....	120
Lampiran VIII : Uji kecocokan model pengukuran	122
Lampiran IX : Uji kecocokan keseluruhan model pengukuran	123
Lampiran X : Hasil Modifikasi Model (Respesifikasi).....	124
Lampiran XI : Model Struktural.....	126

DAFTAR TABEL

Tabel 3.5Operasional Variabel.....	47
Tabel 4.1Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2Karakteristik Responden menurut Fakultas	65
Tabel 4.3Karakteristik Responden menurut Intensitas Pembelian	66
Tabel 4.4Indikator <i>Word Of Mouth</i>	67
Tabel 4.5Indikator <i>Customer Experience</i>	68
Tabel 4.6Indikator Citra Merek.....	69
Tabel 4.7Indikator Keputusan Pembelian	70
Tabel 4.8 Hasil pengujian Validitas Instrumen <i>Word Of Mouth</i>	71
Tabel 4.9 Hasil pengujian Validitas Instrumen <i>Customer Experience</i>	72
Tabel 4.10 Hasil pengujian Validitas Instrumen Citra Merek	73
Tabel 4.11Hasil pengujian Validitas Instrumen Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4.12 Hasil pengujian Reliabilitas	73
Tabel 4.13 Hasil Uji kecocokan model pengukuran model	79
Tabel 4.14 Hasil Uji Modifikasi model.....	83
Tabel 4.15 Hasil Uji kecocokan model struktural model penelitian.....	85
Tabel 4.16 Hasil pengujian Hipotesis Penelitian	86

MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Perilaku Konsumen.....	8
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	40
Gambar 4.1 Model pengukuran Variabel Word Of Mouth.....	74
Gambar 4.2 Model pengukuran Variabel Customer Experience	76
Gambar 4.3 Model pengukuran Variabel Citra Merek	77
Gambar 4.4 Model Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian.....	78
Gambar 4.5 Model pengukuran konstruk Variabel Penelitian.....	80
Gambar 4.6 Modifikasi Model.....	82
Gambar 4.7 Model Struktural	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I: Kuesioner Penelitian	101
Lampiran II Daftar Karakteristik Responden.....	105
Lampiran III: Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai WOM.....	108
Lampiran IV : Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai CE	111
Lampiran V : Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai CM	114
Lampiran VI : Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai KP	117
Lampiran VII : Uji Validitas & Reliabilitas.....	120
Lampiran VIII : Uji kecocokan model pengukuran	122
Lampiran IX : Uji kecocokan keseluruhan model pengukuran	123
Lampiran X : Hasil Modifikasi Model (Respesifikasi).....	124
Lampiran XI : Model Struktural.....	126

UNIVERSITAS
MERCU BUANA