

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP WORD OF MOUTH
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS KASKUS
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Mercu Buana)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Muhammad Reyhan Arkan

43113010073

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Reyhan Arkan

Nim : 43113010073

Program Studi : Ekonomi – Manajemen S1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Februari 2017

A handwritten signature in blue ink is written over a green revenue stamp. The stamp is labeled 'METERAI TEMPEL' and '6000 ENAM RIBU RUPIAH'. It also contains a unique alphanumeric code '67C94AEF452815998' and a small emblem of the Indonesian government.

(Muhammad Reyhan Arkan)

43113010073

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Reyhan Arkan
NIM : 43113010073
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Terhadap Word of Mouth dan
Keputusan Pembelian pada Situs Kaskus (Studi Kasus
Mahasiswa Universitas Mercu Buana)
Tanggal Lulus Ujian : 17 Maret 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing

Ketua Penguji


Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal : 23/3 2017


Muhammad Nashar D., SE., MBA

Tanggal : 22/3/2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal : 23/3 /2017


Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 23/3/2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP WORD OF MOUTH DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS KASKUS**”. Penyusunan proposal ini adalah salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih terdapat banyak kekurangan yang dikarenakan kurangnya pengalaman dan pengetahuan penulis. Namun penulis mengharapkan agar proposal ini dapat memberikan masukan dan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Dalam penulisan proposal ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik dalam pengumpulan data, penyajian isi, maupun teknik penulisan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah di berikan sehingga proposal ini dapat terselsaikan.

Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan proposal ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Bapak Dr. Harnovinsyah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, ST., MM., PhD selaku Ketua Prodi S1 Manajemen
4. Ibu Dr. Rina Astini, SE, MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan merelakan tenaga serta pikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama menyusun skripsi.
5. Segenap Bapak dan Ibu dosen Universitas Mercu Buana yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan ilmu yang bermanfaat dan berdedikasi tinggi dalam mendidik para calon generasi bangsa.
6. Kepada Orang Tua dan Keluarga Besar yang telah memberikan doa, dukungan moral maupun material, dan semangat yang tiada henti-hentinya kepada saya sehingga saya terus semangat berjuang agar menjadi generasi penerus bangsa yang baik dan kelak berguna bagi nusa, bangsa dan agama.
7. Kepada semua sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan kalian selama ini yang terus mendorong saya menjadi pribadi yang lebih baik.

Akhir kata penulis memohon maaf apabila banyak kekurangan dan proposal ini jauh dari kata sempurna. Harapan penulis semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 24 Februari 2016

Muhammad Reyhan Arkan

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	6
C. Tujuan dan Kontribusi penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kontribusi Penelitian	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN	
DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	9
1. Manajemen Pemasaran	9
2. Proses Pemasaran	10
3. <i>E-Commerce</i>	15
B. Brand Image (Citra Merek)	18

1. Pengertian	18
2. Dimensi dan Indikator Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	19
C. Word of Mouth	21
1. Pengertian	21
2. Pengaruh <i>Word of Mouth</i>	25
3. Mengukur <i>Word of Mouth</i>	28
4. Penyebaran <i>Word of Mouth</i>	32
5. Dimensi dan Indikator <i>Word of Mouth</i>	33
D. Keputusan Pembelian	34
1. Pengertian	34
2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	34
3. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	45
1. Waktu Penelitian	45
2. Tempat Penelitian	45
B. Desain Penelitian	45
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	46
1. Definisi Variabel	46
2. Definisi Operasionalisasi Variabel	47
D. Pengukuran Variabel	49
E. Populasi dan Sampel Penelitian	49
1. Populasi Penelitian	49

2. Sampel Penelitian	50
F. Teknik Pengumpulan Data	51
G. Jenis Data Penelitian.....	51
H. Metode Analisis Data	52
1. SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>)	52
2. Uji Kualitas Data	59
a. Uji Validitas	59
b. Uji Reliabilitas	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum	61
B. Statistik Deskriptif.....	61
1. Jenis Kelamin	62
2. Usia.....	62
3. Pendidikan Formal Terakhir	63
4. Jumlah Pengeluaran Per Bulan	64
5. Frekuensi Transaksi.....	65
C. Analisis Deskriptif Variabel	65
1. Citra Merek	65
2. <i>Word of Mouth</i>	67
3. Keputusan Pembelian	68
D. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	70
1. Citra Merek	72
2. <i>Word of Mouth</i>	75

3. Keputusan Pembelian	78
E. Uji Kecocokan Model Pengukuran	81
1. Uji Kecocokan Model Pengukuran	81
2. Model Pengukuran Uji T – Value dan Pengujian Hipotesis Penelitian	83
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
1. Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap <i>Word of Mouth</i>	85
2. Analisis Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	85
3. Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Tabel Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel	47
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	49
Tabel 3.3 Goodness of Fit Index	56
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4.2 Usia Responden.....	62
Tabel 4.3 Pendidikan Formal Terakhir Responden.....	63
Tabel 4.4 Jumlah Pengeluaran Per Bulan Responden.....	64
Tabel 4.5 Frekuensi Transaksi	64
Tabel 4.6 Citra Merek	66
Tabel 4.7 <i>Word of Mouth</i>	68
Tabel 4.8 Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Citra Merek	72
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i>	76
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan	83
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perkembangan Pengguna Internet	2
Gambar 1.2 Data Pra Kuisisioner Mahasiswa Mercu Buana.....	3
Gambar 1.3 Data Pengunjung Situs Harian	4
Gambar 2.1 Model Sederhana Proses Pemasaran	11
Gambar 2.2 Menampilkan Elemen-elemen Utama dalam Sistem Pemasaran Modern	14
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian	36
Gambar 2.4 Rangka Konseptual	42
Gambar 4.1 Model Pengukuran Variabel Citra Merek	72
Gambar 4.2 Model Pengukuran Variabel <i>Word of Mouth</i>	75
Gambar 4.3 Model Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian	78
Gambar 4.4 Model Pengukuran Uji Kecocokan Keseluruhan	82
Gambar 4.5 Model Pengukuran Uji T-Value	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian	94
Lampiran 2 : Tabulasi Data Penelitian.....	98
Lampiran 3 : Statistik Deskriptif.....	101
Lampiran 4 : Analisis Deskriptif Variabel	102
Lampiran 5 : Uji Validitas Variabel Penelitian (Output LISREL)	111
Lampiran 6 : Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran	113
Lampiran 7 : Model Kecocokan Struktural (T-Value).....	115

