

**PENGARUH KEKUATAN *WORD OF MOUTH* MARKETING
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *REPEAT ORDER* KRIM
PEMUTIH WAJAH SIN JUNG**

**(Studi kasus Pada Konsumen Kabupaten Sanggau Kapuas, Kalimantan
Barat)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen**

Universitas Mercu Buana Jakarta



Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA 2016

PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ENI
Nim : 43111110052
Program Studi : SI Manajamen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil 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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta 23 Februari 2016



NIM : 431110052

ENI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : ENI
NIM : 43111110052
Program Studi : S1 Manajemen dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh kekuatan *Word Of Mouth Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Tingginya *Repeat Order* Krim pemutih Wajah Sin Jung

(Studi Kasus Pada Konsumen Kabupaten Sanggau Kapuas, Kalimantan Barat)

Disahkan oleh :

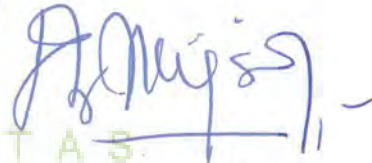
Pembimbing,

Ketua Penguji



Yenninda Parmariza, S.SOS.,MM.

Tanggal : 14/3 2016



Luna Haningsih, SE, ME.

Tanggal : 14/3 2016

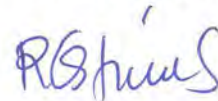
Dekan



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak.,MS.,CA.

Tanggal : 15-03-2016

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Dr. Rina Astini, SE., MM.

Tanggal : 15/3 2016

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah yang Esa , karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat di dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercubuana Jakarta dengan judul yang di pilih penulis adalah “Pengaruh Kekuatan *Word Of Mouth Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Tingginya *Repeat Order* Krim Pemutih Wajah Sin Jung”.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari adanya keterbatasan, jauh dari kesempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karna itu, penulis selalu berusaha untuk memperbaiki diri untuk menuju kesempurnaan dimasa yang akan datang.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, saran, maupun dorongan moril dan materil sehingga skripsi ini dapat di selesaikan tepat pada waktunya. oleh karna itu pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr Wiwik Utami, Ak., CA selaku Dekan Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.

4. IbuYenninda Parmariza, S.SOS., MM Selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan waktu dan sabar membimbing dengan tulus, memberikan saran serta semangat selama bimbingan demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap Ilmunya
6. Teristimewa untuk Ayahnda tercinta Almarhum Paulus Cicing yang berpulang 5 tahun lalu, yang semasa hidupnya selalu memberikan dukungan untuk terus belajar dan semangat untuk melanjutkan kejenjang pendidikan yang lebih tinggi. Dan untuk Ibunda tercinta Endang, segala hormat dan pujian anaknda ucapakan yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril, materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FE UMB Angkatan 2011 terutama untuk FnF terimakasih untuk kebersamaan dan kekompakannya selama ini. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita dan kita bisa berjumpa lagi di lain waktu.
8. Pihak- pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan, motivasi serta doanya.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik berupa bantuan moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini dan bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penulisan skripsi ini tak lupa penulis ucapkan, Terima Kasih.

Jakarta, 9 September 2015

Eni



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS	
A. Manajemen Pemasaran	12
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2. <i>Word of Mouth Marketing (WOMM)</i>	13
3. Sifat-Sifat <i>Word Of Mouth Marketing (WOMM)</i>	16
B. Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	18

1. Elemen – Elemen Merek	19
2. Faktor-Faktor Pendukung Terbentuknya <i>Brand Image</i>	21
C. Pengertian Repeat Order	25
1. Dimensi- Dimensi Minat Beli.....	27
2. Indikator- Indikator Minat Beli.....	27
D. Hubungan <i>Word Of Mouth Marketing</i> Terhadap Tingginya Repeat Order	28
E. Hubungan <i>Brand Image</i> dengan <i>Repeat Order</i>	28
1. Karakteristik Dasar Dalam Orientasi Pemasaran.....	29
2. Indikator Pembelian Berulang	29
F. Penelitian Terdahulu.....	30
G. Rerangka Konseptual.....	33
H. Hipotesis.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	35
1. Waktu Penelitian.....	35
2. Tempat Pelaksanaan.....	35
B. Desain penelitian	36
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	36
1. Definisi Variabel.....	36
2. Operasional Variabel.....	37
D. Pengukuran Variabel	42
1. Kuesioner	42

2. Skala Likert.....	43
E. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel.....	44
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45
G. Jenis Data	45
H. Metode Analisis Data	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas	48
3. Uji Asumsi Klasik	49
a. Uji Normalitas	49
b. Uji Multikolinieritas	49
c. Uji Heteroskedestisitas.	50
d. Uji Persamaan Regresi	50
I. Analisis Regresi Linier Berganda	52
1. Koefesien Determinasi (R^2).....	52
2. Uji Ketepatan Model (Uji Statistik F).....	53
3. Uji Hipotesis (Uji t).....	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	55
B. Analisis Diskriptif.....	57
1. Deskripsi Responden.....	57
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	57
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	58
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Status	59

d. Deskripsi Responden Berdasarkan pekerjaan	60
2. Deskripsi Indikator.....	61
a. Deskripsi Indikator <i>Word Of Mouth Marketing</i>	61
b. Deskripsi Indikator <i>Brand Image</i>	66
c. Deskripsi Indikator Repeat Order	71
C. Metode Analisis Data SPSS	75
1. Uji Kualitas instrument penelitian	75
a. Uji Validitas	75
b. Uji Reliabilitas	79
2. Analisis Regresi Linier Berganda	80
a. Uji Asumsi Klasik	80
b. Persamaan Regresi	83
c. Koefisien Determinasi R^2	85
d. Uji Ketepatan Model (Uji F).....	85
e. Uji Hipotesis (Uji T).....	87
D. Pembahasan.....	88
1. Pengaruh <i>Word Of Mouth Marketing</i> Dan <i>Brand Image</i> Terhadap Repeat Order	88
2. Pengaruh Kekuatan <i>Word Of Mouth Marketing</i> Terhadap Repeat Order.....	88
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Repeat Order	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	91

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
3.1	Operasional Variabel Word Of Mouth Marketing.....	38
3.2	Operasional Variabel Brand Image	39
3.3	Operasional Variabel Repeat Order	41
3.4	Skala Likert.....	43
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Status.....	59
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.5	Deskripsi Indikator Word Of Mouth Marketing.....	61
4.12	Deskripsi Indikator Brand Image.....	66
4.18	Deskripsi Indikator Repeat Order.....	71
4.24	Hasil Uji Validitas Word Of Mouth Marketing.....	76
4.25	Hasil Uji Validitas Brand Image.....	77
4.26	Hasil Uji Validitas Repeat Order.....	78
4.27	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Word Of Mouth Marketing Dan Brand Image.....	79
4.28	Uji Normalitas.....	80
4.29	Uji Multikolinieritas.....	81
4.30	Hasil Uji Persamaan Regresi	83
4.31	Hasil Uji Koefisien Determinasi(R^2)	85
4.32	Hasil Uji Ketepatan Model (Uji F)	86
4.33	Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	87

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.1	Diagram penjualan Kosmetik Shin Juang	6
2.1	Rerangka pemikiran	33
4.1	Gambar Grafik <i>Scatterplot</i>	82



DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Kuesoiner
- Lampiran 3 Data Hasil Deskripsi Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Distribusi Jawaban Responden
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis

