

**PENGARUH PERSEPSI NEGARA ASAL, INTERAKSI AUDIENS,  
KOMUNITAS MEREK, PERSONALITAS MEREK TERHADAP *WORD  
OF MOUTH* MELALUI CITRA MEREK DAN KEPUASAN  
(STUDI KASUS PADA KELOMPOK *FANS IDOL GROUP JKT48* PADA  
WILAYAH JAKARTA PUSAT)**

**SKRIPSI**



**NIM : 43112010128**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2016**

**PENGARUH PERSEPSI NEGARA ASAL, INTERAKSI AUDIENS,  
KOMUNITAS MEREK, PERSONALITAS MEREK TERHADAP *WORD  
OF MOUTH* MELALUI CITRA MEREK DAN KEPUASAN  
(STUDI KASUS PADA KELOMPOK *FANS IDOL GROUP* JKT48 PADA  
WILAYAH JAKARTA PUSAT)**

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



**NAMA : Dian Puji Arifiansyah**

**NIM : 43112010128**

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

**2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dian Puji Arifiansyah  
NIM : 43112010128  
Program Studi : Manajemen – S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Negara Asal, Interaksi Audiens, Komunitas Merek, Personalitas Merek, Terhadap *Word of Mouth* melalui citra merek dan kepuasan (Studi kasus pada kelompok fans JKT48 pada wilayah Jakarta Pusat)

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

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Jakarta,



Dian Puji Arifiansyah

NIM : 43112010128

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dian Puji Arifiansyah  
NIM : 43112010128  
Program Studi : Manajemen – S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Negara Asal, Interaksi Audiens, Komunitas Merek, Personalitas Merek, Terhadap *Word of Mouth* melalui citra merek dan kepuasan (Studi kasus pada kelompok fans JKT48 pada wilayah Jakarta Pusat)  
Tanggal Lulus Ujian : 28 - 07 - 2016  
Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji

  
**(Endi Rekarti, SE., ME)**

Tanggal : 05 - 08 - 2016

  
**(Hesti Maheswari, SE., M.Si)**

Tanggal : 3 - 8 - 2016

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1

  
**(Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA)**

Tanggal : 11 - 08 - 2016

  
**(Dr. Rina Astini SE,MM)**

Tanggal 11/8 2016

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini, penulis mencoba menganalisa mengenai pengaruh persepsi negara asal, interaksi audiens, komunitas merek, personalitas merek terhadap *word of mouth* melalui citra merek dan kepuasan. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Persepsi Negara Asal, Interaksi Audiens, Komunitas Merek, Personalitas Merek Terhadap *Word of Mouth* melalui citra merek dan kepuasan (studi kasus pada kelompok fans idol group JKT48 pada wilayah jakarta pusat) “**.

Walaupun penulis telah berusaha sebaik-baiknya dalam penulisan ini namun dengan terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki serta terbatasnya waktu untuk mendapatkan data, maka penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan juga memiliki banyak kekurangan. Tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu yang bermanfaat.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada :

1. Keluarga Besar dari penulis khususnya kepada kedua orang tua tercinta serta adik, yaitu Bapak Udin Pujiono, Ibu Muktiati, dan Adik Dicky Puji Ardiansyah yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi dan kasih sayang yang tiada batasnya sehingga penulis bisa mencapai pendidikan hingga saat ini
2. Bapak Endi Rekarti, SE., ME selaku pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan motivasi, saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.
3. Bapak Dr.Ir.Arissetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. Ms., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Jajaran Program studi manajemen S1, ibu Dr. Rina Astini SE., MM selaku kaprodi manajemen S1, ibu Luna Haningsih, SE., ME dan ibu Hesti Maheswari, SE., M, Si selaku sekretaris I dan sekretaris II Program Studi Manajemen S1.
6. Sahabat dan teman perjuangan skripsi angkatan 2012 Eggy Pratama Y, Ario Nugroho, Riduan Aldina, Andi Subehan, Lutfi, Nurzaimah A, Ida Fatmawati, Mia Utami Putri, Siti Khodijah terimakasih atas doa, motivasi dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Sahabat serta Partner Usaha Hutan Coklat (@hutancoklat) Sahrul Anwar, Ayu Lestari S, dan Mayhana Zahratun terimakasih sudah memberikan semangat, motivasi, doa serta memberikan banyak pengalaman berharga dalam usaha kita, Semoga semangat, motivasi dan usaha kita selalu diberkahi Allah.
8. Sahabat dan teman SMA N 6, Novan Nanda Ajita, Handar Adi Prakoso, Bobby Yusuf M, Cahyo Dwi Sutanto, M. Abdul Ghany, Nurika Meirindhani, Tania dan Esa Gifari Nursani terimakasih atas doa, semangat, motivasi serta dukungan kalian semoga kita bersama bisa mencapai kesuksesan.
9. Teman dan sahabat angkatan 2012 Fadli Imran, Eggy Pratama Y, Ario Nugroho, Rinaldi Palian, Rishad Hagi K, Novarina C, Arif Widiyanto, Andri Cahyo Setyawan, Muhammad Fahreza, serta seluruh mahasiswa manajemen S1 angkatan 2012 yang telah memberikan doa, motivasi dan semangat kepada penulis.
10. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
11. Terimakasih kepada para fans dan penggemar JKT 48 yang berada di FX mall dan sekitarnya serta para fans JKT 48 chapter Tangerang, yang telah meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner penelitian.

12. Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis lainnya yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan ketulusan hati kalian.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan, baik dalam materi maupun cara penulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis pribadi maupun bagi para pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta,

Hormat Penulis,



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Dian Puji Arifiansyah



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... i

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI ..... ii

ABSTRAK ..... iii

KATA PENGANTAR ..... v

DAFTAR ISI ..... ix

DAFTAR TABEL ..... xiv

DAFTAR GAMBAR ..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN ..... xix

**BAB I : PENDAHULUAN** ..... 1

A. Latar Belakang ..... 1

B. Rumusan Masalah ..... 9

C. Tujuan Penelitian ..... 10

D. Manfaat Penelitian ..... 11

**BAB II : Kajian Pustaka, Rerangka Konseptual, dan Hipotesis** ..... 13

A. Kajian Pustaka ..... 13

1. Pengertian Pemasaran Hiburan ..... 13

2. Persepsi Negara Asal..... 14

1). Dampak Dari Persepsi Negara Asal..... 16

3. Interaksi Audiens.....	18
4. Komunitas Merek.....	22
1.) Komponen-Komponen Komunitas Merek .....	24
5. Personalitas Merek.. .....	31
6. Citra Merek .....	33
7. Kepuasan .....	36
8. Word of Mouth .....	39
B. Penelitian Terdahulu .....	43
C. Rerangka Pemikiran.....	45
D. Pengembangan Hipotesis.....	47
1.) Pengaruh variabel persepsi negara asal terhadap kepuasan .....	47
2.) Pengaruh variabel interaksi audiens terhadap kepuasan.....	47
3.) Pengaruh variabel komunitas merek terhadap kepuasan .....	48
4.) Pengaruh variabel komunitas merek terhadap citra merek .....	49
5.) Pengaruh variabel personalitas merek terhadap citra merek.....	49
6.) Pengaruh variabel citra merek terhadap kepuasan.....	50
7.) Pengaruh variabel kepuasan terhadap <i>word of mouth</i> .....	51
8.) Pengaruh variabel citra merek terhadap word of mouth.....	52
<b>BAB III: METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
A. Waktu dan tempat penelitian .....	54
B. Desain penelitian.....	54

C.	Definisi dan operasioanal variabel .....	55
	1.) Definisi variabel .....	55
	2.) Definisi operasional variabel.....	56
D.	Skala pengukuran variabel .....	63
E.	Populasi dan sampel penelitian .....	64
	1.) Populasi penelitian .....	64
	2.) Sampel penelitian.....	64
F.	Teknik pengumpulan data .....	65
G.	Jenis data penelitian .....	67
H.	Metode analisis data.....	67
	1.) <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .....	67
	a. Notasi Lisrel .....	70
	b. Tahap-tahap dalam <i>SEM</i> .....	71
	c. Uji Validitas.....	76
	d. Uji Realibilitas.....	77
	e. Uji hipotesis.....	78
<b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>81</b>
A.	Gambaran umum objek penelitian .....	81
	1.) Tempat dan waktu penelitian .....	83
	2.) Karakteristik profil responden.....	84
	a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	84

	b. Karakteristik responden berdasarkan usia.....	85
	c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....	86
	d. Karakteristik responden berdasarkan lama menggemari .....	87
B.	Analisis Deskriptif Variabel .....	88
	1.) Analisis deskriptif persepsi negara asal .....	88
	2.) Analisis deskriptif interaksi audiens .....	90
	3.) Analisis deskriptif komunitas merek .....	92
	4.) Analisis deskriptif personalitas merek .....	95
	5.) Analisis deskriptif citra merek .....	97
	6.) Analisis deskriptif kepuasan .....	98
	7.) Analisis deskriptif word of mouth.....	100
C.	Uji validitas dan Uji reliabilitas variabel.....	101
	1.) Hasil uji validitas variabel .....	101
	a. Variabel persepsi negara asal .....	101
	b. Variabel interaksi audiens .....	102
	c. Variabel komunitas merek.....	103
	d. Variabel personalitas merek .....	104
	e. Variabel citra merek .....	105
	f. Variabel kepuasan .....	106
	g. Variabel word of mouth.....	107
	2.) Hasil uji reliabilitas variabel .....	108

D.	Pengolahan data dan uji kecocokan model pengukuran.....	109
	1.) Uji kecocokan model pengukuran untuk masing-masing variabel	110
	2.) Uji kecocokan keseluruhan model.....	117
	3.) Uji kecocokan model struktural (Uji T).....	120
	4.) Pengujian hipotesis penelitian.....	121
	5.) Uji kecocokan model struktural ( Standart Solution) .....	124
	6.) Analisis hasil penelitian .....	126
<b>BAB V :</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>132</b>
A.	Kesimpulan .....	132
B.	Saran .....	135
C.	Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	139
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>140</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Jasa Kurir di Indonesia .....	5
Tabel 1.2	Perbandingan Jasa Kurir TIKI, JNE dan Pos Indonesia .....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 3.1	Oprasional Variabel Kualitas Teknis .....	50
Tabel 3.2	Oprasional Variabel Empati .....	51
Tabel 3.3	Oprasional Variabel Nilai Pelanggan .....	51
Tabel 3.4	Oprasional Variabel Kepuasan Pelanggan .....	52
Tabel 3.5	Oprasional Variabel Kepercayaan Pelanggan .....	52
Tabel 3.6	Instrumen Skala Likert .....	54
Tabel 3.7	Goodness of Fit Index .....	64
Tabel 4.1	Analisis Deskriptif Persepsi Negara Asal .....	89
Tabel 4.2	Analisis Deskriptif Interaksi Audiens.....	91
Tabel 4.3	Analisis Deskriptif Komunitas Merek .....	93
Tabel 4.4	Analisis Deskriptif Personalitas Merek .....	96
Tabel 4.5	Analisis Deskriptif Citra Merek .....	97
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif Kepuasan .....	99
Tabel 4.7	Analisis Deskriptif Word of Mouth.....	100
Tabel 4.8	Uji Validitas Persepsi negara Asal .....	101
Tabel 4.9	Uji Validitas Interaksi Audiens .....	102
Tabel 4.10	Uji Validitas Komunitas Merek .....	103

Tabel 4.11 Uji Validitas Personalitas Merek .....	104
Tabel 4.12 Uji Validitas Citra Merek .....	105
Tabel 4.13 Uji Validitas Kepuasan .....	106
Tabel 4.14 Uji Validitas Word of Mouth .....	107
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas .....	108
Tabel 4.16 Indikator Kepuasan Pelanggan 3 .....	85
Tabel 4.17 Indikator Kepuasan Pelanggan 4 .....	85
Tabel 4.18 Indikator Kepuasan Pelanggan 5 .....	86
Tabel 4.19 Indikator Kepuasan Pelanggan 6 .....	87
Tabel 4.20 Indikator Kepuasan Pelanggan 7 .....	87
Tabel 4.21 Indikator Kepercayaan Pelanggan 1 .....	88
Tabel 4.22 Indikator Kepercayaan Pelanggan 2 .....	89
Tabel 4.23 Indikator Kepercayaan Pelanggan 3 .....	89
Tabel 4.24 Indikator Kepercayaan Pelanggan 4 .....	90
Tabel 4.25 Indikator Kepercayaan Pelanggan 5 .....	91
Tabel 4.26 Uji Validitas Variabel Kualitas Teknis .....	92
Tabel 4.27 Uji Validitas Variabel Empati .....	92
Tabel 4.28 Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan .....	93
Tabel 4.29 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	93
Tabel 4.30 Uji Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan .....	94
Tabel 4.31 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian .....	95

Tabel 4.32 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural .....	104
Tabel 4.33 Hasil Uji Kecocokan Struktural Model Penelitian .....	105
Tabel 4.34 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian .....	107





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan 48 Family .....	4
Gambar 1.2 Grafik Pageviews Per User JNE, TIKI dan Pos Indonesia .....	9
Gambar 1.3 Grafik Visits Percent JNE, TIKI dan pos Indonesia .....	9
Gambar 2.1 Perbedaan Fungsi pemasaran Barang dan Jasa .....	17
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	29
Gambar 2.4 Model Penelitian .....	45
Gambar 4.1 Gambar JKT 48 .....	82
Gambar 4.2 Jenis Kelamin .....	84
Gambar 4.3 Usia Responden .....	85
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden .....	86
Gambar 4.5 Lama Menggemari JKT48 .....	87
Gambar 4.6 Model Pengukuran Variabel Persepsi Negara Asal .....	109
Gambar 4.7 Model Pengukuran Variabel Interaksi Audiens .....	110
Gambar 4.8 Model Pengukuran Variabel Komunitas Merek .....	111
Gambar 4.9 Model Pengukuran Variabel Personalitas Merek .....	113
Gambar 4.10 Model Pengukuran Variabel Citra Merek .....	114
Gambar 4.11 Model Pengukuran Variabel Kepuasan.....	115
Gambar 4.12 Model Pengukuran Variabel Word of Mouth .....	116
Gambar 4.13 Model Pengukuran Konstruk Variabel .....	118

Gambar 4.14 Model Struktural ( T – Value ).....	120
Gambar 4.15 Model Struktural ( Strandardized Solution ).....	125



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	145
Lampiran 2	Tabulasi Karakteristik Responden Data Kuesioner .....	152
Lampiran 3	Analisis Deskriptif Variabel .....	168
Lampiran 4	Uji Validitas Variabel Penelitian (Output LISREL).....	172
Lampiran 5	Uji Reliabilitas Variabel Penelitian (Output SPSS) .....	175
Lampiran 6	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	178
Lampiran 7	Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran.....	181
Lampiran 8	Model Struktural (Uji T) .....	183

