

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP *WORD OF MOUTH* DAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA NIMCO ROYAL STORE DI  
YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE TOWARDS THE WORD OF  
MOUTH AND THE PURCHASE DECISION AT NIMCO ROYAL STORE IN  
YOGYAKARTA***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

**FAJAR SURUR LAUKHAN**

**20140410411**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

Halaman Pernyataan

**PERNYATAAN**

Dengan ini saya,

Nama : Fajar Surur Laukhan

Nomor Mahasiswa : 20140410411

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PEGARUH CITRA MEREK TERHADAP *WORD OF MOUTH* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA NIMCO ROYAL STORE DI YOGYAKARTA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 30 Juli 2018

Fajar Surur Laukhan

# MOTTO

## 9 DARI 10 PINTU REZEKI ADALAH PERDAGANGAN

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. AN-NISA: 29)

“Logika hanya akan membawa kita pada A ke B saja, sedangkan imajinasi membawa kemana yang kita mau.”

## **PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan karya ini untuk:

Kedua orangtua Tercinta

Bapak Siswanto S.pd dan Ibu Sri Wuryati S.pd

Serta istri Tercinta

Santi Eka Cahyani S.S

Yang Selalu Memberikan Do'a dan dukungan  
sepenuhnya.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Landasan Teori .....	9
1. Citra Merek.....	9
2. <i>Word of Mouth</i> .....	13
3. Keputusan Pembelian.....	15
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	20
C. Hipotesis .....	24
D. Model Penelitian .....	28
BAB III METODE PENELITIAN .....	30
A. Objek/Subjek Penelitian .....	30
B. Jenis Data .....	30
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	31
D. Teknik Pengumpulan Data .....	31
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	32
F. Uji Kualitas Instrumen Data .....	33
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	39
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	39
1. Gambaran Objek Penelitian .....	39

2. Profil Responden .....	40
3. Karakteristik Responden .....	40
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data .....	41
1. Uji Validitas .....	41
2. Uji Reliabilitas .....	43
3. Statistik Deskriptif .....	43
4. Hasil Penelitian .....	46
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	55
D. Pembahasan .....	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	60
A. Simpulan .....	60
B. Keterbatasan Penelitian .....	61
C. Saran .....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN .....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel .....	32
Tabel 3.2 Evaluasi Goodness of Fit .....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	43
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	44
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	45
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4.7 Uji Normalitas .....	50
Tabel 4.8 Uji <i>Outlier</i> .....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis.....	54
Tabel 4.11 Standardized Direct Effects .....	56
Tabel 4.12 Standardized Indirect Effects .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	16
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Diagram Alur .....	47
Gambar 4.2 Persamaan Struktural .....	48



