

**PENGARUH KECINTAAN MEREK, KEGEMBIRAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KOMUNIKASI DARI MULUT KE MULUT**

*The Effects of brand love, Excitement and Brand image on
word of mouth*



Disusun Oleh :

Agung Santoso

20160410239

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

**PENGARUH KECINTAAN MEREK, KEGEMBIRAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KOMUNIKASI DARI MULUT KE MULUT**

The Effects of brand love, Excitement and Brand image on

word of mouth

SKRIPSI

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



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Agung Santoso

Nomor Mahasiswa : 20160410239

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Asal Perguruan Tinggi: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Karya Tulis: PENGARUH KECINTAAN MEREK, KEGEMBIRAAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KOMUNIKASI DARI MULUT KE MULUT

Menyatakan bahwa skripsi ini bukan hasil dari karya orang lain yang sudah pernah di terbitkan. Dan sepanjang pengetahuan saya skripsi ini tidak pernah di terbitkan di perguruan tinggi negri maupun swasta manapun. Kecuali beberapa karya yang tertulis untuk acuan skripsi yang ada di dalam daftar Pustaka. Dalam hal ini penulis bersedia dibatalkan ketika diketahui bahwa skripsi ini pernah diterbitkan.

Yogyakarta, 9 Juli 2023



MOTTO

“Berjalan tak sesuai rencana adalah hal yang biasa, Dan jalan satu satunya lakukan yang terbaik yang ku bisa”

PERSEMBAHAN

Dengan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunianya serta Hidayah-Nya, Shalawat beserta salam semoga terlimpahcurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW. sehingga dalam hal ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan kerendahan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga saya khususnya untuk kedua orang tua saya yang telah memberi dukungan buat saya selama kuliah, dan memberi doa terbaik bagi saya.
2. Saya persembahkan skripsi ini untuk diri saya sendiri setelah berjuang keras dalam menempuh perjuangan sampai titik darah penghabisan ini.
3. Tak lupa juga saya persembahkan skripsi ini untuk teman saya yang selalu memberi dukungan dan semangat untuk saya. Terimakasih atas doa dan dukungannya.

KATA PENGANTAR


puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunianya serta Hidayah-Nya, Shalawat beserta salam semoga terlimpahcurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, sehingga dalam kesempatan ini saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KECINTAAN MEREK, KEGEMBIRAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KOMUNIKASI DARI MULUT KE MULUT”**

Skripsi ini disusun sebagai persyaratan dalam memenuhi tujuan penulis untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Akan tetapi, karya ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan orang-orang tercinta di sekeliling saya sebagai penulis karya, dalam kesempatan ini saya sangat berterimakasih terhadap beberapa pihak yang mendukung dan membantu sehingga karya ini dapat terselesaikan. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, S.E., M.Si., selaku Kepala Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, doa, serta memberi dukungan terhadap saya supaya skripsi saya cepat terselesaikan.

2. Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE.,M..Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah sabar membimbing, mengarahkan, mendoakan, serta meluangkan waktu untuk memberi bimbingan skripsi.
3. Untuk kedua orang tua saya, yang telah mendidik dan membesarkan dengan penuh rasa sayang dan tulus.
4. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan pengarahan informasi.

Yogyakarta, 2023



Agung Santoso

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan masalah	6
1.2Tujuan penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2	10
LANDASAN TEORI DAN PENURUNAN HIPOTESIS	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Kecintaan merek.....	10
2.1. 2 Citra merek.....	12
2.1.3 Kepibadian merek.....	13
2.1.4 Word Of Mouth	16

2.2	Penelitian Terdahulu.....	18
2.6	Hubungan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	26
2.7	Model Penelitian	33
BAB 3	34
METODE PENELITIAN	34
3.1	Pendekatan Dan Desain Penelitian	34
3.2	Responden Dan Setting Penelitian	34
3.3	Metode Penyampelan	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	36
3.5	Identifikasi Variabel.....	36
3.6	Definisi Oprasional Dan Pengukuran.....	37
3.7	Pengujian Instrumen Penelitian.....	38
3.8	Analisis Data	39
BAB 4	40
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	40
4.2	.Hasil Uji Kualitas Instrumen	43
4.3	Analisis Deskriptif	46
4.4	Proses Analisis Data	49

4.5 Hasil Pembahasan	63
BAB 5	66
SIMPULAN, KEMERBATASAN. DAN SARAN PENELITIAN	66
DAFTAR PUSTAKA.....	69
KUESIONER.....	70
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	komunitas sepatu.....	2
Tabel 1.2	Top brandd award kaegori sepatu	5
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	18
Tabel 2.2	Pengaruh kegembiraan terhadap kecintaan merek.....	27
Tabel 2.3	Pengaruh kegembiraan terhadap citra merek	28
Tabel 2.4	Pengaruh citra merek terhadap Wom.....	29
Tabel 2.5	Pengaruh kecintaan merek terhadap Wom	30
Tabel 2.6	Pengaruh citra merek terhadap kecintaan merek.....	31
Tabel 2.7	Pengaruh kegembiraan terhadap WOM	32
Tabel 3.1	Indikator Variabel.....	38
Tabel 4.1	Hasil pengumpulan data.....	41
Tabel 4.2	Deskripsi responden	42
Tabel 4.3	Uji validitas dan reabilitas.....	44
Tabel 4.4	Kelas interval.....	46
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel kegembiraan	47
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel kecintaan merek	47
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel citra merek.....	48
Tabel 4.9	Uji Normalitas Data.....	52
Tabel 4.10	Batas melanbolis distance.....	59
Tabel 4.11	<u>Pengujian Normalitas Outliers</u>	<u>56</u>
Tabel 4.12	<u>Computation of degrees of freedom (Default model).....</u>	<u>57</u>
Tabel 4.13	<u>Hasil Uji Goodness-of-fit Indeks.....</u>	<u>58</u>
Tabel 4.14	<u>Hasil Uji Hipotesis</u>	<u>60</u>

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model penelitian	29
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	50
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	52
Gambar 4.3 Goodness of FIT	57

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN.....	70
LAMPIRAN STATISTIK DESKRIPTIF	75
LAMPIRAN MODEL PENELITIAN.....	76
LAMPIRAN UJI VALIDITAS	77
LAMPIRAN UJI NORMALITAS.....	78
LAMPIRAN UJI OUTLIER.....	79
LAMPIRAN DEGREE OF FREEDOM.....	82
LAMPIRAN MODEL FIT	82
LAMPIRAN UJI HIPOTESIS.....	84