

SKRIPSI

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, KEPUASAN
KONSUMEN, LOYALITAS MEREK DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP NIAT BELI PRODUK PIAGGIO VESPA MATIC**

***THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, CONSUMER
SATISFACTION, BRAND LOYALTY AND WORD OF MOUTH ON THE
PURCHASE INTENTION OF PIAGGIO VESPA MATIC PRODUCTS***



Disusun oleh:

Satria Alva Muhammad Pasla

20200410174

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, KEPUASAN
KONSUMEN, LOYALITAS MEREK DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP NIAT BELI PRODUK PIAGGIO VESPA MATIC**

***THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, CONSUMER
SATISFACTION, BRAND LOYALTY AND WORD OF MOUTH ON THE
PURCHASE INTENTION OF PIAGGIO VESPA MATIC PRODUCTS***



Disusun oleh:

Satria Alva Muhammad Pasla

20200410174

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Satria Alva Muhammad Pasla

Nomor Mahasiswa : 20200410174

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, KEPUASAN KONSUMEN, LOYALITAS MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT BELI PRODUK PIAGGIO VESPA MATIC**" 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, 4 Januari 2024



Satria Alva Muhammad Pasla

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk seluruh pihak yang sudah memberi semangat, dukungan dan motivasi yang tidak henti hingga skripsi ini terselesaikan.

1. Untuk pintu surgaku adalah kedua orang tua yaitu ayahanda Dony Pasla, ibunda Dewi Rosalina dan kaka saya, yang telah memberikan segalanya dari yang nampak sampai yang tidak nampak, mereka juga yang telah memberikan motivasi dan semangat sehingga skripsi ini bisa terselesaikan. Semoga Satria dapat membalas jasa bapak dan ibu secepatnya, aamiin.
2. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan, doa, serta semangat kepada saya selama ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Niat Beli Produk Piaggio Vespa Matic”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak.CA., CRP. yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi
2. Ketua Program Studi Manajemen, Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., M.M selaku dosen pembimbing skripsi, dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi.
4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Segenap dosen pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang sudah memberikan ilmu yang luar biasa dan semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
6. Semua teman di Yogyakarta yang sedari awal telah menerima kehadiran saya dan kebersamai saya dalam setiap proses perkuliahan, teman-teman kelas seperti Refani Yunafiatin, Ridwan, Iqbal, Marjan, Fitra, Rizqy, Ariq, Arif, Hasbi, dan teman saya lainnya yang tidak dapat saya sebutkan semuanya.

7. Semua teman satu bimbingan dengan saya seperti Fian, Salman Alfarisi, Farhan, dan teman Manajemen Angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih sudah menjadi teman saat kuliah dan berbagi pengalaman serta ilmu pengetahuan yang berharga.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 4 Januari 2024



Satria Alva Muhammad Pasla

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
B. Penelitian terdahulu.....	20
C. Pengembangan Hipotesis	26
D. Model penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Objek dan Subjek Penelitian	39
B. Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel	39
C. Jenis Data	40
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	41
F. Uji Kualitas Instrumen	45
G. Analisa Data dan Uji Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian	54
C. Hasil Uji Kualitas Instrumen	55
D. Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis	57
E. Pembahasan	80
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	92
A. Simpulan	92
B. Keterbatasan Penelitian	94
C. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pejualan Piaggio Seluruh Dunia 2019-2022.	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian	37
Gambar 4. 1 Diagram Alur.....	64
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Indikator Operasional Variabel.....	42
Tabel 3. 2 Indikator Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 3 Kategori Jawaban Responden	47
Tabel 3. 4 Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	50
Tabel 4. 1 Data Profil Responden	54
Tabel 4. 2 Uji Validitas	56
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Kesadaran Merek	58
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Citra Merek	59
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen	60
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Loyalitas Merek	61
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif <i>Worf Of Mouth</i>	62
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Niat Beli	63
Tabel 4. 10 Uji Normalitas Data	66
Tabel 4. 11 Hasil <i>Bollen-Stine Bootsstrap</i>	67
Tabel 4. 12 Mahalanobis sebelum membuang <i>outliers multivariate</i>	68
Tabel 4. 13 Mahalanobis setelah membuang <i>outliers multivariate</i>	69
Tabel 4. 14 Identifikasi Model	70
Tabel 4. 15 Menilai <i>Goodness of Fit</i>	71
Tabel 4. 16 Hasil Penelitian Pengaruh Langsung.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2 Data Tabulasi	109
Lampiran 3 Profil Responden	113
Lampiran 4 Uji Validitas	114
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	115
Lampiran 6 Analisis Deskriptif	117
Lampiran 7 Diagram Jalur	119
Lampiran 8 Persamaan Struktural.....	119
Lampiran 9 Uji Normalitas Data.....	120
Lampiran 10 <i>Bollen-Stine Bootsstrap</i>	121
Lampiran 11 Sebelum dan Sesudah membuang <i>outliers</i>	121
Lampiran 12 Identifikasi Model.....	123
Lampiran 13 Persamaan Struktural	123
Lampiran 14 Pengaruh Langsung	124