

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND LOVE*, DAN *BRAND COMMITMENT* TERHADAP *WORD OF MOUTH*  
(Studi pada Pelanggan Produk *Grace And Glow* di DIY)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND LOVE, AND BRAND COMMITMENT ON WORD OF MOUTH*  
(Study on *Grace And Glow* Product Customers in DIY)**



Oleh:

**APRILIA TRI ASTUTI**

**20200410094**

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

**2024**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND LOVE*, DAN *BRAND COMMITMENT* TERHADAP *WORD OF MOUTH*  
(Studi pada Pelanggan Produk *Grace And Glow* di DIY)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND LOVE, AND BRAND COMMITMENT ON WORD OF MOUTH*  
(Study on *Grace And Glow* Product Customers in DIY)**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**APRILIA TRI ASTUTI**

**20200410094**

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

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : APRILIA TRI ASTUTI

Nim : 20200410094

Menyatakan bahwa Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND LOVE*, DAN *BRAND COMMITMENT* TERHADAP *WORD OF MOUTH* (Studi pada Pelanggan Produk Grace And Glow di DIY)”** 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, 23 Juli 2024



APRILIA TRI ASTUTI

## **MOTTO**

Jika ingin mengubah dunia, mulailah dengan mengubah diri sendiri

– (Ki Hajar Dewantara)–

Kesuksesan tak pernah dimiliki. Ia disewakan dan itu dibayar setiap hari

–(Rory Vaden)–

Belajarlah dari kemarin, hiduplah untuk hari ini. Berharap untuk besok. Yang paling penting adalah tidak berhenti bertanya

–(Albert Einstein)–

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan segala puji syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah memberikan kesehatan, Panjang umur serta berlimpah rezeki sehingga Alhamdulillah akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan bangga saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Ayah Wakidi dan Ibu Sulastri yang telah memberikan dukungan secara moril dan material serta selalu memberikan semangat kepad penulis hinggapenulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
2. Kakek dan Nenek yang selalu mensupport saya dalam mengerjakan penulisan tugas akhir ini.
3. Kakak saya yang selalu memberi saya semangat dan mendengarkan curhatan saya dalam pekerjaan tugas akhir ini.
4. Rohmah Afifah yang membantu saya dalam setiap pekerjaan tugas akhir ini dan menemani saya.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul” Pengaruh *Brand Image*, *Brand Love* dan *Brand Commitment* Terhadap *Word Of Mouth* (Studi pada pengguna *Grace and Glow* di DIY). Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi konsumen dalam mengambil keputusan dalam melakukan pembelian dan bagi perusahaan dalam memasarkan produk kepada konsumen agar dikenal oleh masyarakat. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof Dr. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., M.Si., Ph.D, Ak, CA Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah memberikan kemudahan selama penyusunan skripsi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah memberikan kemudahan selama penyusunan skripsi.
3. Ibu Hasnah Rimiayati., S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dan dukungan selama proses penyusunan skripsi
4. Orang tua yang senantiasa selalu mendukung dan memberikan semangat serta do’a selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik,saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 23 Juli 2024



(Aprilia Tri Astuti)

## DAFTAR ISI

.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>5</b>
<b>D. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
<b>A. Landasan Teori .....</b>	<b>7</b>
1. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	7
2. <i>Brand Love</i> (Kecintaan Merek).....	11
3. <i>Brand Commitment</i> (Komitmen Merek) .....	14
4. <i>Word of Mouth</i> .....	16
<b>B. Hasil Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>18</b>
<b>C. Hipotesis.....</b>	<b>28</b>
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Love</i> .....	28

2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Commitment</i> .....	29
3.	Pengaruh <i>Brand Love</i> terhadap <i>Brand Commitment</i> .....	30
4.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Word Of Mouth</i> .....	31
5.	Pengaruh <i>Brand Love</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	32
6.	Pengaruh <i>Brand Commitment</i> terhadap <i>Word Of Mouth</i> .....	32
<b>D.</b>	<b>Model Penelitian</b> .....	<b>33</b>
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
<b>A.</b>	<b>Objek dan Subjek Penelitian</b> .....	<b>35</b>
<b>B.</b>	<b>Jenis Data</b> .....	<b>35</b>
<b>C.</b>	<b>Teknik Pengambilan Sampel</b> .....	<b>35</b>
<b>E.</b>	<b>Definisi Operasional</b> .....	<b>38</b>
<b>E.</b>	<b>Uji Kualitas Instrumen</b> .....	<b>40</b>
1.	Uji Validitas .....	41
2.	Uji Reliabilitas .....	41
<b>G.</b>	<b>Analisis Data dan Uji Hipotesis</b> .....	<b>42</b>
1.	Analisis Data .....	42
2.	Analisis Hipotesis .....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		48
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	48
B.	Uji Kualitas Instrumen.....	56
C.	Hasil Analisis dan Uji Hipotesis .....	60
D.	Pembahasan.....	76
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN & SARAN .....		82
A.	Simpulan.....	82
B.	Keterbatasan.....	84



C. Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>86</b>
LAMPIRAN .....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3. 1 Skor Pilihan Jawaban Tiap Item .....	37
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Usia Responden.....	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Domisili Responden .....	52
Tabel 4. 4 Karakteristik Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	53
Tabel 4. 5 Karakteristik Pekerjaan Responden .....	54
Tabel 4. 6 Karakteristik Pendapatan atau Uang Saku Perbulan Responden .....	55
Tabel 4. 7 Uji Validitas Diskriminan fornell-Larcker Criterion .....	57
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas .....	59
Tabel 4. 9 Hasil Outer VIF Values.....	61
Tabel 4. 10 Kriteria R- Square .....	63
Tabel 4. 11 Hasil R-Square Adjusted.....	63
Tabel 4. 12 Hasil Cross Validated Redundancy ( $Q^2$ ).....	65
Tabel 4. 13 Kriteria F- Square.....	66
Tabel 4. 14 Hasil F-Square .....	67
Tabel 4. 15 Kriteria Model Fit .....	68
Tabel 4. 16 Model Fit.....	69
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Grace and Glow .....	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	33
Gambar 4. 1 Hasil Uji Bootstrapping.....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	91
Lampiran 2 Data Responden .....	97
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden .....	114
Lampiran 4 Karakteristik Responden Usia .....	127
Lampiran 5 Karakteristik Responden Jenis Kelamin .....	127
Lampiran 6 Karakteristik Responden Domisili .....	127
Lampiran 7 Karakteristik Responden Pendidikan .....	128
Lampiran 8 Karakteristik Responden Pekerjaan .....	128
Lampiran 9 Karakteristik Responden Pendapatan .....	128
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas .....	129
Lampiran 11 Hasil Uji Reliabilitas .....	129
Lampiran 12 VIF .....	130
Lampiran 13 R- Square .....	131
Lampiran 14 Q <sup>2</sup> .....	131
Lampiran 15 F-Square .....	131
Lampiran 16 Model Fit .....	131
Lampiran 17 Uji Hipotesis .....	132
Lampiran 18 Model Sem Pls .....	132
Lampiran 19 Turnitin .....	133