



**HUBUNGAN CITRA MEREK DAN INTENSITAS *WORD OF MOUTH*
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PASCO DI CITRA LAND
SEMARANG**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata 1
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun :

Nama : Satrio Try Yuliyanto

NIM : 14030113130138

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2018

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Satrio Try Yuliyanto

NIM : 14030113130138

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

Hubungan Citra Merek dan Intensitas *Word of Mouth* dengan Keputusan Pembelian Pasco di Citra Land Semarang

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian pernyataan saya tidak benar saya bersedia meneruma sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Maret 2018

Pembuat Pernyataan,

Satrio Try Yuliyanto

NIM 14030113130138

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Citra Merek dan Intensitas Word of Mouth dengan
Keputusan Pembelian Pasco di Citra Land Semarang

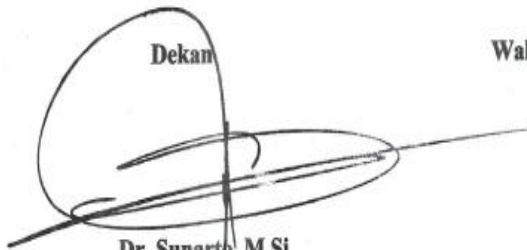
Nama Penyusun : Satrio Try Yuliyanto

NIM : 14030113130138

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan
Strata 1

Semarang, Maret 2018

Wakil Dekan 1 Bidang Akademis



Dekan

Dr. Sunarto, M.Si

NIP. 19660727.199203.1.001



Dr. Hedi Pudjo Santoso

NIP.19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing :

1. Dra. Sri Widowati Herieningsih, MS (.....)

Dosen Penguji :

1. Drs. Tandiyu Pradekso, M.Sc (.....)

2. Much Yuliyanto, S.Sos, M.Si (.....)

3. Dra. Sri Widowati Herieningsih, MS (.....)

MOTTO :

**“If you want to make something for yourself,
work harder than everybody else”**

ABSTRAK

Judul Skripsi : Hubungan Citra Merek dan Intensitas *Word of Mouth* dengan Keputusan Pembelian Pasco di Citra Land Semarang

Nama : Satrio Try Yuliyanto

NIM : 14030113130138

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Target yang tidak tercapai dari produk Pasco membuat perusahaan harus memiliki cara untuk memasarkan produknya. Melalui komunikasi word of mouth, produk akan sering dibicarakan dan akan menciptakan citra merek yang berbeda untuk produk itu sendiri yang mampu mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian sebuah produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan citra merek dan intensitas *word of mouth* dengan keputusan pembelian Pasco di Citra Land Semarang, dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang responden warga kota Semarang dengan ketentuan mengetahui produk minuman Pasco di Citra Land Semarang dan belum pernah membeli sebelumnya.

Hasil penelitian ini terdapat hubungan antara citra merek dengan keputusan pembelian dengan menggunakan teori *Reasoned Action* dibuktikan dengan analisis Kendall's Tau-b menghasilkan angka signifikansi sebesar 0,000 atau dinyatakan sangat signifikan dan nilai korelasi sebesar 0,454. Penelitian ini juga menemukan bahwa ada hubungan antara intensitas *word of mouth* dengan keputusan pembelian. Hubungan dua variabel ini menggunakan konsep Mowen dan Minor, dengan analisis korelasi Kendall's Tau-b menghasilkan angka signifikansi sebesar 0,404 atau signifikan dan koefisien korelasi sebesar 0,001 yang artinya terdapat hubungan antar variabel tersebut.

Kata kunci : citra merek, *word of mouth*, keputusan pembelian

ABSTRACT

Title : **The Relation of Brand Image and Word of Mouth Intensity in Decision of Purchasing Pasco in Citra Land Semarang**
Name : **Satrio Try Yuliyanto**
Student No. : **14030113130138**
Department : **Ilmu Komunikasi**

Unachieved target from Pasco product made the company to have some methods in marketing its product. Through word of communication, product would often be spoken and created different brand image for the product itself, which can affect consumer decision to purchase a product. This research is to know the relation of brand image and word of mouth intensity in decision of purchasing Pasco in Citra Land Semarang, using non-probabilty sampling techniques with population sample taken as many as 60 respondent, domiciled in Semarang with provision know the product and never bought before.

The result is there's a relation between brand image variable with decision of purchasing Pasco in Citra Land Semarang, using The Reasoned Action Theory can be proven by the analysis of Kendall's Tau Correlation, the number of significance is 0,000 or highly significance and the correlation value is 0,454. This research is also known that there is relation between word of mouth intensity with decision of purchasing Pasco in Citra Land Semarang. The relation of these two variables is using the concept Mowen and Minor's. By the analysis of Kendall's Tau correlation, the number of significance is 0,404 or not significance and the correlations value is 0,001 which means that the second hypotesis is proven.

Key words : brand image, word of mouth, purchase decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan seluruh rahmat dan hidayahnya kepada seluruh hambanya. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang senantiasa membawa kebenaran kepada seluruh umat manusia senantiasa mendapatkan syafaat beliau hingga hari akhir kelak.

Ucapan syukur sebesar-besarnya terus terpanjatkan karena penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Citra Merek dan Intensitas *Word of Mouth* dengan Keputusan Pembelian Pasco di Citra Land Semarang”** yang merupakan syarat kelulusan jenjang sarjana di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Semarang. Penelitian ini didasarkan dari adanya fenomena pembelian impulsif di kalangan masyarakat. Permasalahan yang dihadapi Pasco adalah penjualan yang tidak mengalami peningkatan signifikan bahkan cenderung menurun. Tidak tercapainya target yang ditetapkan membuat perusahaan harus memiliki cara untuk memasarkan produknya. Salah satunya dengan promosi komunikasi *word of mouth*. Dengan seringnya produk tersebut dibicarakan tentu akan menciptakan kesan berbeda untuk produk itu sendiri. Kesan tersebut yang akan membuat citra merek sebuah produk akan menjadi positif atau negatif.

Skripsi ini terdiri dari empat bab. Bab pertama menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan serta landasan teori penelitian. Bab kedua berisikan deskripsi hasil penelitian besarkan data yang didapatkan dari responden melalui kuesioner. Bab ketiga terdiridari hasil uji hipotesis menggunakan analisis

korelasi Kendall's Tau-b dan signifikansi penelitian yang didapat untuk membuktikan teori yang digunakan dalam penelitian dan bab keempat menutup hasil penelitian dengan kesimpulan yang didapat serta memberikan saran untuk seluruh pihak yang terkait dalam penelitian ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, adanya kritik dan saran yang bersifat membangun tentu akan selalu penulis hargai.

Penulis berharap, karya sederhana ini dapat bermanfaat untuk penulis, pembaca dan peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

Semarang, Maret 2018

Penulis,

Satrio Try Yuliyanto

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi, penulis mendapat banyak dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, atas diberikannya rahmat, umur panjang dan kesehatan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Dr. Hapsari Dwiningtyas, S.Sos., MA selaku ketua departemen S1 Ilmu Komunikasi FISIP Undip.
4. Dra. Sri Widowati Herieningsih, M.S. selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas bimbingan, masukan, saran dan waktu yang sudah Bu Heri berikan pada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc dan Much Yuliyanto, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji. Terima kasih arahan dan masukan yang diberikan saat filter dan memperluas pola pikir saya.
6. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si selaku Dosen Wali penulis mulai dari awal semester satu hingga semester akhir ini.
7. Terima kasih untuk Mama, Papa, Kakak dan adek saya yang sudah menjadi keluarga terbaik yang selalu mendukung saya sampai sejauh ini.
8. Makasih Sahabatku Muthia, Febriana, Alda selalu menemani selama kuliah semoga kita bisa sukses ke depannya.
9. Terima kasih sahabat-sahabat Fariz Ghazian dan Yonathan yang selalu ada dan selalu menemani hari-hari saya dan berjuang bersama.
10. Terima kasih untuk anak-anak Dotcom Family, Novan, Danny, Beruk, Galuh, Yuvanda, Ojan, Keju, Ardika, Bramishaq dan Revan yang telah menemani malam-malam suwung saya dan motivasinya selama ini.

11. Terima kasih untuk Dania, yang menjadi partner bimbingan Bu Heri serta masukan yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini.
12. Anggitha Zella, Naffisa Elvaretta, Nurul Avita, Arlin Endah, Fatia Maharani, Darryl Valerian, Citra Safira, Rachel Deadra, Anugerah Dwitama, Terimakasih atas pelajaran berharga, semangat, dan motivasi yang tak henti-hentinya sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
13. Terima kasih teman-teman Cave Troll Family, Habib, Imam, Arya, Bram, Dipta, Vije, Aldien, Alam, Dika, Darmo, Destya, Yadek, Udin, Hilda, Wagiman, Tyo, Oji, Putra, Ratih, Ridho, Sahil, Tiad dan lainnya yang telah memberikan motivasi tiada hentinya serta tumpangan untuk mengisi jeda kuliah.
14. Terima kasih teman-teman Ilmu Komunikasi 2013, Fisiphoria, Commbasketball. Terimakasih telah menjadi keluarga baru selama awal kuliah hingga sekarang, segala pelajaran berharga.
15. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini

Semarang, Maret 2018
Penulis,

Satrio Try Yuliyanto

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Signifikansi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
1.7 Definisi Konseptual	Error! Bookmark not defined.
1.8 Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
1.9 Metodologi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II PENYAJIAN DAN INTERPRETASI DATA CITRA MEREK, INTENSITAS <i>WORD OF MOUTH</i> DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PASCO DI CITRA LAND SEMARANG.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
2.2 Deskripsi Responden.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Intensitas <i>Word of Mouth</i>	Error! Bookmark not defined.
2.4 Keputusan Pembelian Pasco.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III UJI HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.

3.1.1 Hubungan antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pasco di Citra Land Semarang.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.2 Hubungan antara Intensitas <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Pasco di Citra Land Semarang.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Analisis Hubungan antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pasco di Citra Land Semarang.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Hubungan antara Intensitas <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Pasco di Citra Land Semarang.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
4.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
4.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1.1. Penjualan Pasco Tahun 2016-2017</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 2.1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek</u> Error!	Bookmark not defined.
<u>Tabel 2.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Intensitas <i>Word of Mouth</i></u>	30
<u>Tabel 2.3 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek dan Intensitas <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Pasco</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 3.1 Uji Korelasi Kendall's Tau - b antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pasco di Citra Land Semarang</u>	52
<u>Tabel 3.2 Uji Korelasi Kendall's Tau antara Intensitas <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Pasco di Citra Land Semarang</u>	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1	Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Diagram 2.2	Usia	Error! Bookmark not defined.
Diagram 2.3	Varian rasa yang ditawarkan produk Pasco beragam	Error! Bookmark not defined.
Diagram 2.4	Harga Minuman Pasco Sesuai Dengan Keinginan	Error! Bookmark not defined.
Diagram 2.5	Design (logo, warna, kemasan) minuman Pasco praktis dan menarik	Error! Bookmark not defined.
Diagram 2.6	Varian rasa minuman Pasco yang ditawarkan sesuai dengan selera/keinginan.....	Error! Bookmark not defined.
Diagram 2.7	Menggunakan produk minuman Pasco akan menimbulkan perasaan bangga	Error! Bookmark not defined.
Diagram 2.8	Ketertarikan ketika mendapatkan informasi dari produk minuman Pasco	Error! Bookmark not defined.
Diagram 2.9	Citra Merek Pasco	Error! Bookmark not defined.
Diagram 2.10	Intensitas menerima informasi mengenai produk Pasco dalam waktu satu bulan terakhir	Error! Bookmark not defined.
Diagram 2.11	Intensitas menerima informasi positif mengenai produk minuman Pasco dalam satu bulan terakhir	Error! Bookmark not defined.
Diagram 2.12	Asal mula mendapatkan informasi mengenai produk Pasco.....	Error! Bookmark not defined.
Diagram 2.13	Topik yang dibicarakan mengenai produk Pasco	Error! Bookmark not defined.
Diagram 2.14	Rekomendasi keunggulan yang diterima mengenai penggunaan Pasco	Error! Bookmark not defined.

Diagram 2.15_ Keyakinan mengenai rekomendasi produk Pasco **Error! Bookmark not defined.**

Diagram 2.16_ Intensitas *Word of Mouth* **Error! Bookmark not defined.**

Diagram 2.17_ Keputusan Pembelian Pasco **Error! Bookmark not defined.**