

SKRIPSI
PENGARUH *BRAND IDENTIFICATION* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP *WORD-OF-MOUTH* DAN *BRAND LOVE* PADA
PENGGUNA MOBIL TOYOTA ALPHARD
DI SURABAYA



OLEH:
NICO CHRISTIAN
(3103013104)

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA
2017

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *BRAND IDENTIFICATION* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP *WORD-OF-MOUTH* DAN *BRAND LOVE* PADA
PENGUNA MOBIL TOYOTA ALPHARD
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:
NICO CHRISTIAN
3103013104

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IDENTIFICATION* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP *WORD-OF-MOUTH* DAN *BRAND LOVE* PADA
PENGGUNA MOBIL TOYOTA ALPHARD
DI SURABAYA**

Oleh:
NICO CHRISTIAN
3103013104

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Hendro Susanto, SE., MM

Tanggal: 14 Juni 2017

Pembimbing II,



Dominicus Wahyu Pradana SE., MM.

Tanggal: 14 Juni 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Nico Christian NRP 3103013104 Telah diuji pada tanggal..... dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE, M. Si.

NIK 311.97.0285

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM

NIK.321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H L, SE., M.Sc

NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nico Christian

NRP : 3103013104

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Identification* dan *Brand Trust* Pada *Word Of Mouth* dan *Brand Love* pada Pengguna Toyota Alphard Di Surabaya. Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Juni 2017

Yang menyatakan,



NICO CHRISTIAN

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas anugerah, kasih karunia, dan rahmatNya yang telah dilimpahkanNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Identification* dan *Brand Trust* Pada *Word Of Mouth* dan *Brand Love* pada Pengguna Toyota Alphard Di Surabaya.” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung mau pun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H L, SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Hendro Susanto, SE.,MM selaku dosen pembimbing I. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Dominicus Wahyu Pradana SE., MM. selaku dosen pembimbing II. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Seluruh dosen yang selama masa perkuliahan telah memberikan berbagai ilmu dan pengetahuan kepada penulis yang dapat membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Mama dan Papa yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan doanya sehingga penulis memiliki semangat hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman teman kuliah yang selalu menemani dan memberikan dukungan sehingga penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Dengan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan dijadikan pembelajaran oleh penulis di masa depan dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan. Terima kasih. Tuhan memberkati kita semua.

Surabaya, Juni 2017

Nico Christian

DAFTAR ISI

BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 <i>Brand Identification</i>	12
2.2.2 <i>Brand Trust</i>	13
2.2.3 <i>Brand Love</i>	14
2.2.4 <i>Word of Mouth</i>	15
2.3 Hubungan antar Variabel	16
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	22
2.5 Hipotesis	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Identifikasi Variabel	24
3.3 Definisi Operasional Variabel	24
3.3.1 <i>Brand Identification</i> (X_1)	24
3.3.2 <i>Brand Trust</i> (X_2)	25
3.3.3 <i>Word of Mouth</i> (Y_1)	26
3.3.4 <i>Brand Love</i> (Z_2)	26

3.4	Jenis dan Sumber Data	26
3.5	Pengukuran Variabel	27
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data	27
3.7	Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.9	Teknik Analisis Data	28
3.8.1	Uji Validitas	29
3.8.2	Uji Reliabilitas	29
3.8.3	Uji Normalitas	29
3.8.4	Uji Kecocokan Model	30
3.8.5	Uji Kecocokan Model Struktura	31
3.8.6	Uji Hipotesis	31
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Karakteristik Responden	32
4.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	33
4.3	Uji Kecocokan Model Pengukuran	38
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
4.3.2	Uji Normalitas Data	40
4.4	<i>Structural Model</i>	42
4.5	Uji Keseluruhan Model	43
4.6	Pengujian Hipotesis	44
4.7	Pembahasan	46
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		51
5.1	Simpulan	51
5.2	Saran	52
DAFTAR KEPUSTAKAAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Sekarang	11
4.1 Tabel Jenis Kelamin	33
4.2 Tabel Interval Rata-Rata Skor	34
4.3 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Identification</i>	34
4.4 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i>	35
4.5 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Love</i>	36
4.6 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i>	37
4.7 Tabel Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	39
4.8 Tabel Hasil Uji Normalitas Data	40
4.9 Tabel Hasil Uji Normalitas Data Multivariate	41
4.10 Tabel Hasil Uji Structural Equation Modeling	43
4.11 Tabel Pengujian Hipotesis	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	22
---	----

ABSTRAK

Penggunaan mobil Toyota Alphard di Surabaya sudah di kenal banyak masyarakat, masyarakat itu dapat mengenal melalui cerita dari teman atau mereka mencari tahu merek itu sendiri. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *Brand identification*, *Brand trust*, *Brand Love*, dan *Word-Of-Mouth* pada pengguna Toyota Alphard di Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden yang menggunakan Toyota Alphard. Data dikumpulkan dengan instrumen kuesioner dan selanjutnya diolah dengan teknik analisis *Structural Equation Model* dengan menggunakan program LISREL. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Identification* berpengaruh positif terhadap *Brand Love*, *Brand trust* berpengaruh positif terhadap *Brand Love*, *Brand Love* berpengaruh positif terhadap *Word-Of-Mouth*, *Brand Identification* berpengaruh positif terhadap *Word Of Mouth*, *Brand Trust* tidak berpengaruh terhadap *Word-Of-Mouth*, *Brand Identification* berpengaruh positif terhadap *Word Of Mouth* melalui *Brand Love*, *Brand Trust* berpengaruh positif terhadap *Word Of Mouth* melalui *Brand Love*.

Kata Kunci: *Brand Identification*, *Brand Trust*, *Brand Love*, *Word-Of-Mouth*

ABSTRACT

Nowadays, Toyota Alphard cars in Surabaya has been known by many people, consumers choose the Toyota Alphard can be through the suggestion of friends or they seek out the brand itself. This research is to know the effect of brand identification and brand trust on word of mouth and brand love toyota alphard in surabaya.

This research use causal research. Sampling method in this research is non probability sampling. Number of sample that use in this research is 150 respondents that use Toyota Alphard. Data collect with questionnaire instrument and than analyzed by Structural Equation Model with LISREL program. . The results of this research is Brand Identification has positive effect toward Brand Love, Brand Love has positive effect toward Word-Of-Mouth, Brand Identification has positive effect toward Word Of Mouth, Brand Trust has negative effect toward Word-Of-Mouth, Brand Identification has positive effect toward Word Of Mouth through Brand Love, Brand Trust has positive effect toward affects Word Of Mouth through Brand Love.

Keywords: Brand Identification, Brand Trust, Brand Love, Word-Of-Mouth