

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI  
KONSUMEN TERHADAP *WORD OF MOUTH* (WOM)  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Kasus: Lapangan Futsal di Kec. Duren Sawit, Jakarta Timur)**

**SKRIPSI**

**HENDRIKO**

**2114000477**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2019**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI  
KONSUMEN TERHADAP *WORD OF MOUTH* (WOM)  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Kasus: Lapangan Futsal di Kec. Duren Sawit, Jakarta Timur)**

**SKRIPSI**

**HENDRIKO**

**2114000477**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2019**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KONSUMEN  
TERHADAP *WORD OF MOUTH* (WOM) DENGAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Studi Kasus : Lapangan Futsal di Kec. Duren Sawit, Jakarta Timur**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui sudah di publikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjana di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan, bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 07 September 2019



**HENDRIKO**  
NPM 2114000477

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KONSUMEN  
TERHADAP *WORD OF MOUTH* (WOM) DENGAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Studi Kasus : Lapangan Futsal di Kec. Duren Sawit, Jakarta Timur**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Bapak Joko Bagio Santoso, SE.MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 19 September 2019

Pembimbing,



Joko Bagio Santoso, SE. MM

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc

## HALAMAN PENGESAHAN



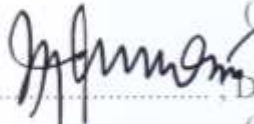

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KONSUMEN  
TERHADAP *WORD OF MOUTH* (WOM) DENGAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Studi Kasus: Lapangan Futsal di Kec. Duren Sawit, Jakarta Timur**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal (19 September 2019) dengan nilai **(B+)**

### Panitia Ujian Skripsi

1.  .....; Drs. Sumitro, M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  .....; Joko Bagio Santoso, SE. MM  
(Pembimbing)
3.  .....; Drs. Budiono, M.Sc  
(Penguji I)
4.  .....; Lina Noersanti, S.Si, M.Si  
(Penguji II)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Joko Bagio Santoso, SE. MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Budiono, M.Sc dan Ibu Lina Noersanti, S.Si. M.Si selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak H. Agustian Burda. BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Drs. Sumitro, M. Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Bapak M. Ramaditya, BBA, M.Sc selaku Dosen atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan untuk berdiskusi.
6. Ka Felly pihak Tifosi Sport Center yang telah banyak membantu dalam penelitian yang penulis perlukan.
7. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan semangat, material dan moral.
8. Sahabat saya Heroes 2014, Warcok dan Tim Futsal Manajemen 2014 yang telah banyak banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 19 September 2019

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'HENDRIKO', written in a stylized, cursive manner.

**HENDRIKO**  
NPM 2114000477

# **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hendriko  
NPM : 21140004777  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Nonexclusive Royalty- Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

## **PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *WORD OF MOUTH* (WOM) DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Studi Kasus : Lapangan Futsal di Kec. Duren Sawit, Jakarta Timur**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 19 September 2019

Yang menyatakan,



Hendriko



Hendriko  
2114000477  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Joko Bagio Santoso, SE., MM

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KONSUMEN  
TERHADAP *WORD OF MOUTH* DENGAN KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Studi Kasus : Lapangan Futsal di Kec. Duren Sawit, Jakarta Timur**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek dan persepsi konsumen terhadap *word of mouth* dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, pada lapangan futsal di Kec. Duren Sawit, Jakarta Timur.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan verifikatif, Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan lapangan futsal di Kec. Duren Sawit, Jakarta Timur. Sampel ditentukan berdasarkan metode *simple random sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metoda survey menggunakan SPSS versi 23.00. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian membuktikan bahwa (1) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) Persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth*, (4) Persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth*, (5) Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth*, (6) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan konsumen, dan (7) Persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan konsumen.

***Kata Kunci : citra merek, persepsi konsumen, kepuasan konsumen dan word of mouth***

Hendriko  
2114000477  
Bachelor Degree Of Management

Supervisor :  
Joko Bagio Santoso, SE. MM

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND CONSUMER PERCEPTION OF WORD OF MOUTH WITH CONSUMER SATISFACTION AS A VARIABLE MEDIATION**

**Case Study: Futsal Field in Kec. Duren Sawit, East Jakarta**

**ABSTRACT**

*This study aims to knowing how much influence the brand image and consumer perceptions of word of mouth with customer satisfaction as a mediating variable, on the futsal field in Kec. Duren Sawit, East Jakarta.*

*This study uses quantitative research with a verification approach, the population of this study are consumers who use the futsal field in Kec. Duren Sawit, East Jakarta. The sample was determined based on the simple random sampling method, with a total sample of 96 respondents. Data collection techniques using survey methods using SPSS version 23.00. Hypothesis testing using the coefficient of determination test (R<sup>2</sup>) and path analysis test.*

*The results of the study prove that (1) brand image has a significant effect on customer satisfaction, (2) consumer perception has a significant effect on customer satisfaction, (3) brand image has a significant effect on word of mouth, (4) consumer perception has a significant effect on word of mouth, (5) Consumer satisfaction has a significant effect on word of mouth, (6) Brand image has a significant effect on word of mouth through customer satisfaction, and (7) Consumer perception has a significant effect on word of mouth through customer satisfaction.*

***Keywords: brand image, consumer perception, customer satisfaction and word of mouth***

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	7
2.2. Landasan Teori .....	14
2.2.1. Citra Merek .....	15
2.2.1.1 Pengertian Citra Merek .....	15
2.2.1.2 Tujuan Citra Merek .....	15
2.2.1.3 Indikator Citra Merek .....	16

	<b>Halaman</b>
2.2.2. Persepsi Konsumen .....	16
2.2.2.1 Pengertian Persepsi Konsumen .....	17
2.2.2.2 Faktor yang mempengaruhi Persepsi .....	17
2.2.2.3 Indikator – Indikator Persepsi .....	19
2.2.3. Kepuasan Konsumen .....	20
2.2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	20
2.2.3.2 Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	20
2.2.3.3 Indikator Kepuasan Konsumen .....	21
2.2.4. <i>Word Of Mouth</i> .....	22
2.2.4.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i> .....	22
2.2.4.2 Manfaat <i>Word Of Mouth</i> .....	23
2.2.4.3 Dimensi atau Elemen <i>Word Of Mouth</i> .....	23
2.2.4.4 Indikator <i>Word Of Mouth</i> .....	24
2.4. Hubungan Antar Penelitian .....	24
2.2. Pengembangan Hipotesis .....	27
2.2. Kerangka Konseptual Penelitian .....	28
<b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	30
3.2. Populasi dan Sampel .....	30
3.2.1. Populasi penelitian .....	30
3.2.2. Sampel penelitian .....	31
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data .....	32
3.4. Operasional Variabel .....	32
3.4.1. Defenisi Operasional Variabel .....	32
3.4.2. Tabel Operasional Variabel .....	33
3.5. Metoda Analisis Data .....	35
3.5.1. Metoda Pengolahan Data .....	35
3.5.2. Metoda Penyajian Data .....	35
3.5.3. Alat Analisis Statistik Data .....	35
3.5.3.1 Uji Instrumen Penelitian .....	35

	<b>Halaman</b>
3.5.3.2 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....	42
4.2. Deskripsi Responden .....	43
4.3. Deskripsi Data .....	44
4.3.1. Deskripsi variabel citra merek .....	45
4.3.2. Deskripsi variabel persepsi konsumen.....	46
4.3.3. Deskripsi variabel kepuasan konsumen .....	47
4.3.4. Deskripsi variabel <i>word of mouth</i> .....	48
4.4. Hasil Uji Instrumen .....	49
4.4.1. Hasil Uji Validitas .....	49
4.4.2. Hasil Uji Reabilitas .....	51
4.5. Analisis Statistik Data .....	51
4.5.1 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	52
4.5.2.1 Analisis Jalur Model Regresi Pertama .....	52
4.5.2.2 Analisis Jalur Model Regresi Kedua .....	53
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian .....	60
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1. Simpulan .....	64
5.2. Saran .....	65
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya .....	65
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 3.1.</b> Tabel Pengunjung Lapangan Futsal .....	33
<b>Tabel 3.2.</b> Bobot skala likert .....	33
<b>Tabel 3.3.</b> Operasional Variabel .....	34
<b>Tabel 4.1.</b> Daftar Profil Lapangan Futsal .....	41
<b>Tabel 4.2.</b> Data Responden Berdasarkan Usia .....	44
<b>Tabel 4.3.</b> Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
<b>Tabel 4.4.</b> Distribusi Jawaban Variabel Citra Merek .....	45
<b>Tabel 4.5.</b> Distribusi Jawaban Variabel Persepsi Konsumen .....	46
<b>Tabel 4.6.</b> Distribusi Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen .....	47
<b>Tabel 4.7.</b> Distribusi Jawaban Variabel <i>Word Of Mouth</i> .....	48
<b>Tabel 4.8.</b> Hasil Uji Validitas .....	49
<b>Tabel 4.9.</b> Hasil Uji Realibilitas .....	51
<b>Tabel 4.10.</b> Analisis Jalur Struktural Pertama .....	52
<b>Tabel 4.11.</b> Rangkuman Hasil Struktural Pertama .....	52
<b>Tabel 4.12.</b> Analisis Jalur Struktural Kedua .....	54
<b>Tabel 4.13.</b> Rangkuman Hasil Struktural Kedua .....	55
<b>Tabel 4.14.</b> Rangkuman Hasil Struktural Kedua Mediasi .....	56

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1.</b> Model Penelitian .....	29
<b>Gambar 3.1.</b> Model Diagram Jalur .....	38
<b>Gambar 3.2.</b> Model Jalur Struktural Pertama .....	38
<b>Gambar 3.3.</b> Model Jalur Struktural Kedua .....	39
<b>Gambar 4.1.</b> Diagram Jalur Struktural Pertama .....	53
<b>Gambar 4.2.</b> Diagram Jalur Struktural Kedua .....	54
<b>Gambar 4.3.</b> Diagram Jalur Struktural Kedua (Mediasi) .....	56
<b>Gambar 4.4.</b> Diagram Jalur Struktural Kedua (Mediasi) .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner penelitian .....	69
<b>Lampiran 2.</b> Tabulasi Kuesioner Penelitian .....	75
<b>Lampiran 3.</b> Hasil Uji Validitas .....	87
<b>Lampiran 4.</b> Tabel R Uji Validitas .....	91
<b>Lampiran 5.</b> Hasil Uji Realibilitas .....	92
<b>Lampiran 6.</b> Hasil Analisis Jalur Model I .....	96
<b>Lampiran 7.</b> Hasil Analisis Jalur Model II .....	97
<b>Lampiran 8.</b> Surat Riset Penelitian .....	100
<b>Lampiran 9.</b> Daftar Riwayat Hidup Peneliti .....	101