

**PENGARUH *BRAND LOVE* SEBAGAI FAKTOR
MEDIASI ANTARA *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* DAN *POSITIVE WORD*
OF MOUTH PRODUK *NOTEBOOK***

**(Studi Eksplanatif Pada Mahasiswa Pengguna *Notebook* Merek
Acer Aspire di Program Studi Teknik Informatika Universitas
Atma Jaya Yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh

ADRIANUS SAMUEL NUGRAHA AJI LEWARISSA

07 09 03299 / kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FALKUTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND LOVE* SEBAGAI FAKTOR MEDIASI ANTARA
CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP *BRAND LOYALTY* DAN
POSITIVE WORD OF MOUTH PRODUK *NOTEBOOK***

(Studi Eksplanatif Pada Mahasiswa Pengguna *Notebook* Merek *Acer Aspire*
di Program Studi Teknik Informatika Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

ADRIANUS SAMUEL NUGRAHA AJI LEWARISSA

07.09.03299

Disetujui oleh :

F. Anita Herawati, SIP.,M.Si.

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Love* Sebagai Faktor Mediasi Antara *Customer Satisfaction* Terhadap *Brand Loyalty* dan *Positive Word of Mouth* Pengguna *Notebook* (Studi Eksplanatif Pada Mahasiswa Pengguna *Notebook* Merek *Acer Aspire* di Program Studi Teknik Informatika Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

Penyusun : Adrianus Samuel Nugraha Aji Lewarissa

NIM : 07.09.03299

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : 9 November 2012

Pukul : 15.00 - selesai

Tempat : Ruang Pendadaran

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama

F. Anita Herawati, SIP.,M.Si.

Penguji I

Dhyah Ayu Retno W.,S.Sos.,M.Si.

Penguji II




.....

.....

.....

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Adrianus Samuel Nugraha Aji Lewarissa

Nomor Mahasiswa : 07.09.03299

Judul Karya Tulis : PENGARUH *BRAND LOVE* SEBAGAI FAKTOR
MEDIASI ANTARA *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* DAN *POSITIVE WORD*
OF MOUTH PRODUK *NOTEBOOK*

(Studi Eksplanatif Pada Mahasiswa Pengguna *Notebook*
Merek *Acer Aspire* di Program Studi Teknik Informatika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan hasil tugas akhir saya secara orisinal dan otentik. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan plagiarisi, saya bersedia diproses oleh Tim Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Yogyakarta, 21 November 2012

Saya yang menyatakan,



Adrianus Samuel Nugraha Aji Lewarissa

ABSTRAK

Pembelian sebuah produk di komunitas masyarakat yang modern saat ini, transaksi pembelian barang atau jasa ditentukan oleh merek. Apabila konsumen merasa terpuaskan dengan merek yang dipilihnya, maka hal tersebut akan mempengaruhi pembentukan cinta merek (*brand love*). Kecintaan terhadap merek juga terkait dengan produk *hi-tech* (high technology) dalam konsep teknologi. Hal tersebut menyebabkan penulis tertarik untuk menjadikan produk *notebook* merek *Acer Aspire* sebagai objek penelitiannya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand love* sebagai faktor mediasi antara *customer satisfaction* terhadap *brand loyalty* dan *positive word of mouth* produk *notebook Acer Aspire* dikalangan mahasiswa dan mahasiswi program studi Teknik Informatika di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan metode *survey* dengan jenis *survey* eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang masih aktif di Program Studi Teknik Informatika Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan total sampel 88 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*, dimana terdapat kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk pengisian kuisisioner. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu menggunakan kuisisioner (data primer), kemudian buku laporan, dan artikel yang berkaitan (data sekunder). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi kanonikal dan uji regresi sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran *brand love* sebagai faktor mediasi antara *customer satisfaction* terhadap *brand loyalty* dan *positive word of mouth* dapat dibuktikan dimana apabila responden memiliki perasaan cinta atau lebih dari sekedar menyukai karena tingginya kepuasaan terhadap *notebook* merek *Acer Aspire*, maka hal tersebut akan mendukung adanya keinginan responden untuk menyebarkan kata-kata positif tentang *notebook* merek *Acer Aspire* dan menciptakan kesetiaan terhadap *notebook* merek *Acer Aspire*. Begitu juga dengan teori *action-assembly* dimana teori tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam pengalamannya menggunakan sebuah produk dapat menimbulkan sebuah tindakan.

Kata Kunci : *customer satisfaction, brand love, brand loyalty, word of mouth*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat-Nya yang senantiasa membantu dan melindungi setiap langkah terutama dalam pelaksanaan dan penyusunan tugas akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana oleh karena itu ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya patut penulis ucapkan pada semua pihak yang terlibat dan mendukung dalam penyusunan tugas akhir ini. Keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki oleh penulis membuat penulis membutuhkan bantuan dari berbagai pihak untuk menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini, untuk itu dengan segala kerendahan hati peneliti menghaturkan banyak terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus!
2. Papa, Mama, Kakak dan Mbak Astrid di Jakarta, terima kasih atas doa dan dukungan kalian.
3. *My lovely* Gitta, Om Eddy, Tante Kamtie, dan Della. Terima kasih doa dan dukungamu selama ini yang selalu penuh dengan kesabaran.
4. Ibu F. Anita Herawati M.Si., selaku pembimbing penulis yang telah bersedia untuk membimbing, mendampingi dan memberikan masukan-masukan bagi penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
5. Sahabat-sahabat sekampus peneliti Valent, Aming, Andri, Daniel, Ste, Ambon, Gembel, serta teman-teman angkatan 2007 yang telah memberikan dukungan dan persahabatan yang menyenangkan. Terima

kasih teman atas perjalanan lima tahun yang menyenangkan ini. Semangat untuk kalian!

6. Sahabat-sahabat, saudara-saudara, dan teman-teman di luar lingkungan UAJY yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan support kalian.

Hasil penelitian yang telah dilakukan jelas jauh dari kata sempurna, oleh karena itu sekali lagi dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menunjang kesempurnaan hasil penelitian ini maupun untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Terakhir, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat berguna untuk semua pihak. Terima kasih.

Peneliti

Adrianus S.N.A. Lewarissa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Teori	6
F. Kerangka Konsep	30
G. Hipotesis	33
H. Definisi Operasional	34
I. Metodologi Penelitian	39

BAB II. DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN

- A. Objek Penelitian 48
- B. Karakteristik Wilayah Penelitian 55

BAB III. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

- A. Uji Validitas dan Reliabilitas 57
- B. Analisis Deskriptif 61
- C. Uji Korelasi Kanonikal 65
- D. Uji Regresi 69
- E. Pembahasan 72

BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN

- A. Kesimpulan 84
- B. Saran 85

DAFTAR PUSTAKA 86

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Perkembangan Top Brand Index Kategori <i>Notebook</i>	3
Gambar 1.2 : Tingkatan Loyalitas Merek	22
Gambar 1.3 : Skema Hubungan Konsep	30
Gambar 2.1 : Logo Merek <i>Acer</i>	53
Gambar 2.2 : Model <i>Acer Aspire</i>	53
Gambar 3.1 : Hasil Uji Regresi Variabel	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Variabel Operasional	35
Tabel 2.1 : Seri <i>Notebook Acer Aspire</i>	54
Tabel 2.2 : Data Mahasiswa dan Mahasiswi	56
Tabel 3.1 : Validitas Variabel Tingkat <i>Customer Satisfaction</i>	58
Tabel 3.2 : Validitas Variabel Tingkat <i>Brand Love</i>	58
Tabel 3.3 : Validitas Variabel Tingkat <i>Word of Mouth</i>	59
Tabel 3.4: Reliabilitas masing-masing Variabel	60
Tabel 3.5: Analisis Deskriptif Variabel	62
Tabel 3.6: Analisis Deskriptif Variabel Tingkat <i>Brand Loyalty</i>	63
Tabel 3.7: Kategori Frekuensi Variabel	64
Tabel 3.8 : <i>Output 1</i> Pembentukan Fungsi Kanonikal	66
Tabel 3.9 : <i>Output 2 Canonical Weight</i> Untuk <i>Dependent</i> Variabel	66
Tabel 3.10 : <i>Output 3 Canonical Loading</i> Untuk <i>Dependent</i> Variabel	66
Tabel 3.11 : Hasil Uji Regresi CS-BL	70
Tabel 3.12 : Hasil Uji Regresi BL-BLY	71
Tabel 3.13 : Hasil Uji Regresi BL-WOM	72

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2** : Data Populasi Responden
- Lampiran 3** : Data Kuisisioner
- Lampiran 4** : Analisis Statistik Penelitian

