

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK
TERHADAP NIAT BELI DI RUMAH MAKAN BAKSO
ITO YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat
Sarjana (S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis
dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh:

Vincent Putra Raharja

NPM: 180324227

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

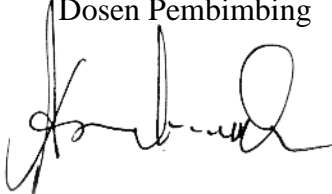
SKRIPSI
PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK
TERHADAP NIAT BELI
DI RUMAH MAKAN BAKSO ITO YOGYAKARTA



Disusun oleh:

Vincent Putra Raharja
NPM: 180324227

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing
a/n 

Dr. Drs. C. Handoyo Wibisono, M.M.

Yogyakarta, 13 Juni 2023

SKRIPSI

**PENGARUH WORD OF MOUTH DAN CITRA MEREK TERHADAP
NIAT BELI DI RUMAH MAKAN BAKSO ITO YOGYAKARTA**

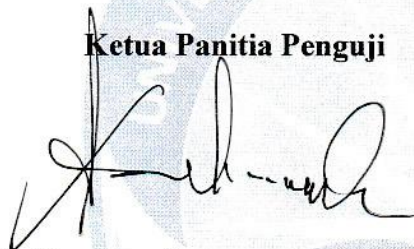
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Vincent Putra Raharja
NPM: 180324227**

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 12 Juli 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen.

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.


Nadila Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, Juli 2023

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**


(Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D)

**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH WORD OF MOUTH DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI DI RUMAH MAKAN BAKSO ITO YOGYAKARTA

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, ataupun kutipan baik langsung atau tidak langsung yang bersumber pada tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang diperoleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 20 Juli 2023

Yang menyatakan,



Vincent Putra Raharja

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Bapa, Allah Putra, dan Roh Kudus atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Word of Mouth dan Citra Merek terhadap Niat Beli di Rumah Makan Bakso ITO Yogyakarta” dengan baik dan lancar sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak pihak yang memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi bagi penulis yang tentu sangat berarti dalam penulisan skripsi ini. Dengan segenap kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah Bapa, Allah Putra dan Roh Kudus.
2. Santo Vladimir, serta Para Santo dan Santa di seluruh dunia.
3. Bapak Jaya Putra Raharjo dan Ibu Lisa Hidayanti selaku orang tua yang selalu memberi dukungan disaat senang maupun susah.
4. Bapak Susanto Raharjo selaku pemilik Bakso ITO Yogyakarta yang selalu memberi dukungan dalam segala hal serta memberi dorongan agar proses perkuliahan ini cepat selesai.
5. Stefani Maharisti yang selalu menemani kapanpun dan dimanapun.
6. Ibu Laurentia Lie Giok Jin yang telah mendukung proses pengumpulan data.
7. Bapak Adi Widya Gunawan selaku pemilik Adi Finance.
8. Bapak Hatha Widya Gunawan yang mendukung proses pembuatan skripsi ini sebagai *proofreader*.
9. Satria, Aldo, Yogi, Alvin, Ricco & Putri yang mendukung proses skripsi ini.
10. Bapak Dr. Drs. C. Handoyo Wibisono, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi.
11. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. selaku dosen pembimbing akademik.
12. Dan seluruh keluarga, sahabat, teman, tim Angkringan 87, MRS Team, serta segenap civitas UAJY yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang diberikan akan diterima dengan senang hati dan akan menjadi motivasi bagi penulis untuk menjadi lebih baik dalam membuat penelitian lagi nantinya. Semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya, pelaku bisnis pada bidang kuliner dan bagi semua orang yang membacanya.

Yogyakarta, 13 Juni 2023



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Vincent Putra Raharja', is positioned above the printed name.

Penulis,
Vincent Putra Raharja

"Karena akar segala kejahatan ialah cinta uang. Sebab oleh memburu uanglah beberapa orang telah menyimpang dari iman dan menyiksa dirinya dengan berbagai-bagai duka." **(1 Timotius 6:10)**

"Rancangan orang rajin semata-mata mendatangkan kelimpahan, tetapi setiap orang yang tergesa-gesa hanya akan mengalami kekurangan." **(Amsal 21:5)**

PENGARUH WORD OF MOUTH DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI DI RUMAH MAKAN BAKSO ITO YOGYAKARTA

Disusun Oleh:

Vincent Putra Raharja

NPM: 180324227

Pembimbing:

Dr. Drs. C. Handoyo Wibisono, M.M.

Abstrak

Dalam praktik bisnis diperlukan strategi pemasaran demi tercapainya visi misi dan tujuan perusahaan. Strategi pemasaran tidak lepas dari kegiatan *word of mouth*, citra merek, dan niat beli. *Word of mouth* terbentuk secara alami melalui pengalaman konsumen terdahulu yang kemudian mampu memengaruhi citra merek. Citra merek memiliki peran penting dalam menciptakan nilai perusahaan pada pandangan konsumen maupun masyarakat. Terbentuknya *word of mouth* dan citra merek nantinya akan berdampak terhadap tingkat niat beli oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *word of mouth* pada citra merek Bakso ITO Yogyakarta dan juga pengaruh keduanya terhadap niat beli oleh konsumen. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan data sebanyak 200 responden. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan metode *structural equation modelling* (SEM) melalui alat analisis berupa aplikasi *software* SmartPLS dalam pengujian setiap variabelnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth* memiliki pengaruh positif terhadap citra merek, *word of mouth* tidak berpengaruh positif terhadap niat beli, citra merek memiliki pengaruh positif terhadap niat beli, serta citra merek memiliki pengaruh positif sebagai mediasi antara *word of mouth* dengan niat beli. Penelitian ini merekomendasikan kepada pelaku bisnis supaya memaksimalkan pelayanan, mempertahankan cita rasa, terus berinovasi serta menunjang tempat dan suasana yang nyaman agar membentuk *word of mouth* dan citra merek yang baik supaya meningkatkan niat beli oleh konsumen.

Kata Kunci : *word of mouth, citra merek, niat beli.*

DAFTAR ISI

Tabel	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat / Kontribusi Penelitian.....	9
E. Lingkup Penelitian.....	10
BAB II: LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Niat Beli.....	11
2. Word of Mouth (WOM).....	15
3. Citra Merek.....	20
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
C. Model Kerangka Penelitian.....	27
D. Pengembangan Hipotesis.....	28
1. Pengaruh Word of Mouth terhadap Citra Merek.....	28
2. Pengaruh Word of Mouth terhadap Niat Beli.....	28
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli.....	29
4. Pengaruh Citra Merek sebagai Variabel Mediasi antara Word of Mouth terhadap Niat Beli.....	30
BAB III: METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Objek dan Subjek Penelitian.....	31
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
D. Desain Penelitian.....	32
E. Variabel Penelitian.....	32
F. Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
G. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Variabel.....	34
H. Teknik Pengambilan Sampel.....	36
I. Teknik Pengumpulan Data.....	37

J. Instrumen penelitian	39
K. Teknik Pengujian Instrumen	39
L. Teknik Analisis Data	39
BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
A. Analisis Deskriptif Demografi Responden.....	46
B. Analisis Mean Aritmatik	49
C. Pengujian Hipotesis Penelitian Dengan Metode SEM Menggunakan SmartPLS.....	53
D. Pembahasan	68
1. Pengaruh Word of Mouth terhadap Citra Merek.....	68
2. Pengaruh Word of Mouth terhadap Niat Beli.....	69
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli	70
4. Pengaruh Citra Merek sebagai mediasi antara Word of Mouth terhadap Niat Beli	70
BAB V: PENUTUP	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Implikasi Manajerial	74
C. Keterbatasan Penelitian	76
D. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
3.1 Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Variabel	34
4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.3 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Setiap Bulan	48
4.4 Profil Responden Berdasarkan Asal Rekomendasi dalam Mengetahui Bakso ITO Yogyakarta	49
4.5 Jawaban Responden Pada Variabel Word of Mouth.....	50
4.6 Jawaban Responden Pada Variabel Citra Merek.....	51
4.7 Jawaban Responden Pada Variabel Niat Beli	52
4.8 Nilai Outer Loading Seluruh Indikator	55
4.9 Tabel Average Variance Extracted (AVE) Seluruh Indikator	56
4.10 Nilai Outer Loading Setelah Menghapus Indikator WOM2.....	56
4.11 Tabel Average Variance Extracted (AVE) Setelah Menghapus Indikator WOM2	57
4.12 Nilai Cross Loading Seluruh Indikator.....	58
4.13 Nilai Fornell-Larcker Criterion Seluruh Indikator	59
4.14 Nilai Cross Loading Setelah Menghapus Indikator WOM2.....	60
4.15 Nilai Fornell-Larcker Criterion Setelah Menghapus Indikator WOM2....	61
4.16 Nilai Uji Reliabilitas.....	62
4.17 Nilai R-Square Adjusted.....	63
4.18 Nilai F-Square	64
4.19 Tabel Path Coefficient (bootstrapping).....	75
4.20 Specific Indirect Effects.....	67

DAFTAR BAGAN

Bagan	Halaman
1.1 Logo Bakso ITO Yogyakarta	6
1.2 Produk Bakso ITO Yogyakarta.....	7
2.1 Model Penelitian	27
4.1 Model Struktural	54
4.2 Model Struktural Cross Loading Seluruh Indikator	59
4.3 Model Struktural Cross Loading Setelah Menghapus Indikator WOM2....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran I: Kuesioner	83
Lampiran II: Profiling dan Jawaban Responden	87
Lampiran III: Hasil Analisis SmartPLS	109

