

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tugas Akhir ini dengan judul “**PENGARUH *BRAND COMMITMENT* TERHADAP PEMBENTUKAN *POSITIVE WORD OF MOUTH* PADA MEREK KACANG DUA KELINCI MELALUI *VALUE CONGRUITY, BRAND IMAGE, DAN BRAND LOVE*” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.**

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada :

- 1). Bapak Niel Nielson, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi
- 2). Bapak Dr. Innocentius Bernarto S.T M.M., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen.
- 3). Bapak Dr. Anton Wachidin Widjaja yang telah memberikan banyak masukan dan membimbing penulis dari awal penulisan Tugas Akhir ini sampai tuntas selesai

- 4). Seluruh dosen yang telah membagikan ilmunya kepada penulis selama masa studi di Universitas Pelita Harapan
- 5). Bapak Joko Sulistyو dan Ibu Monika yang sangat membantu penulis dalam kegiatan administratif
- 6). Staf karyawan Universitas Pelita Harapan yang telah membantu penulis
- 7). Papa, Mama, Adik, Istri tercinta Meilani Sumaryo, dan sang buah hati Clara yang telah memberikan dukungan semangat, doa, kasih, dan pengharapan kepada penulis.
- 8). Sobat seperjuangan selama masa kuliah sampai bimbingan thesis, Irene, Pak Budi, Stephanie, Cynthia yang selalu memberikan semangat dan penghiburan kepada penulis.
- 9). Teman-teman Batch 69A yang telah memberikan masa – masa indah kepada penulis
- 10). Serta semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu maka penulis mohon maaf bila masih ada kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan membawa berkat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 30 Agustus 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Pembatasan Masalah Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	12
1.6 Sistematika Penulisan .....	12

### **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Word of Mouth.....	14
2.2 Value Congruity .....	21
2.3 Brand Commitment.....	23
2.4 Brand Image .....	26
2.5 Brand Love.....	29
2.6 Penelitian Terdahulu .....	33
2.7 Kerangka Berpikir.....	35
2.8 Hipotesis Penelitian.....	36

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Penentuan Lokasi Penelitian .....	45
3.2 Subjek dan Objek Penelitian .....	45
3.2.1 Model Penelitian.....	46
3.2.2 Definisi Konseptual .....	48

3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4	Penentuan Data dan Sumber Data.....	51
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	51
3.6	Penentuan Jumlah Sampel.....	52
	3.6.1 Skala Pengukuran .....	53
3.7	Teknik Pengolahan Data .....	53
	3.7.1 Uji Validitas.....	54
	3.7.2 Uji Reliabilitas.....	54
3.8	Hasil Uji Pendahuluan.....	55
3.9	Teknik Analisis Data.....	57

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Karakteristik Responden .....	58
	4.1.1 Data Responden Berdasarkan Usia .....	59
	4.1.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
	4.1.3 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	61
	4.1.4 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	62
4.2	Statistik Deskriptif .....	64
4.3	Hasil Analisis Data.....	68
	4.3.1 Hasil Analisis Outer Model .....	69
	4.3.2 Hasil Uji Struktural Model .....	72
	4.3.3 Hasil Uji Hipotesis .....	74
4.4	Pembahasan Hasil Uji Hipotesis .....	76
4.5	Pembahasan Model Keseluruhan .....	88
4.6	Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	89

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	96
5.2	Implikasi Manajerial .....	100
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	104
5.4	Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	105

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>106</b>
----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>112</b>
-----------------------	------------

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Belanja Iklan di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Kepercayaan akan Format Iklan Konsumen di Asia Tenggara .....	4
Gambar 1.3 Market Size Snack FMCG di Asia Pacific .....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu.....	35
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	36
Gambar 3.1 Model Struktural .....	47
Gambar 4.1 Responden kacang Dua Kelinci berdasarkan Usia .....	60
Gambar 4.2 Responden kacang Dua Kelinci berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Gambar 4.3 Konsumen kacang Dua Kelinci berdasarkan Tingkat Pendapatan per Bulan.....	62
Gambar 4.4 Responden kacang Dua Kelinci berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	63
Gambar 4.5 Hasil Uji Hipotesis Penelitian Sebelumnya .....	92
Gambar 4.6 Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	93

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Konseptual .....	48
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Studi Pendahuluan .....	56
Tabel 4.1 Rangkuman Profil Responden Penelitian .....	63
Tabel 4.2 Nilai Rata - Rata dan Standar Deviasi Variabel Value Congruity.....	64
Tabel 4.3 Nilai Rata - Rata dan Standar Deviasi Variabel Brand Image.....	65
Tabel 4.4 Nilai Rata - Rata dan Standar Deviasi Variabel Brand Love .....	67
Tabel 4.5 Nilai Rata - Rata dan Standar Deviasi Variabel Brand Commitment .....	68
Tabel 4.6 Nilai Rata - Rata dan Standar Deviasi Variabel Positive Word of Mouth	68
Tabel 4.7 Hasil Analisis Outer Model .....	69
Tabel 4.8 Discriminant Validity - Fornell Larcker Criterion.....	71
Tabel 4.9 R Square.....	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis.....	74
Tabel 4.11 Analisis Jalur (Direct Effects & Indirect Effects).....	89
Tabel 4.12 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang .....	90

## DAFTAR LAMPIRAN

- A. Kuesioner
- B. Hasil Rekap *Interview* Awal
- C. Hasil Rekap *Interview* Pendukung
- D. Rekapitulasi Data Hasil Uji Pendahuluan
- E. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Uji Pendahuluan
- F. Hasil Statistik Deskriptif Variabel
- G. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- H. Hasil Evaluasi Struktural Model (*R Square*)
- I. Hasil Uji Hipotesis

