

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN WORD  
OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI THE SOKO COFFEE TEA  
CHOCOLATE KOTA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis  
Program Studi S1 Administrasi Bisnis

**Disusun Oleh:**

**Rai Bagus**

**C1011511RB1021**



**PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP  
BANDUNG  
2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGARUH BRAND IMAGE DAN WORD  
OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI THE SOKO COFFEE TEA  
CHOCOLATE KOTA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis  
Program Studi S1 Administrasi Bisnis

**Disusun Oleh:**

**Rai Bagus**

**C1011511RB1021**



Menyetujui,

Ketua Program Studi,

  
M. Dadi Priadi, S.Sos., MAB  
NIP. 432.200.210

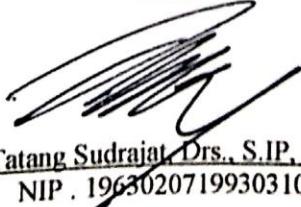
Pembimbing,



Dr. Farida Yuliaty, SH., SE, MM  
NIP. 432.200.099

Mengetahui,

Dekan

  
Tatang Sudrajat, Drs., S.I.P, M.Si  
NIP . 196302071993031001

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul :

“Pengaruh *Brand Image* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di The Soko Coffee Tea Chocolate Bandung” adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi.

Bandung, 28 September 2019  
Yang membuat pernyataan,



Rai Bagus  
NPM : C1011511RB5002

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kekhadirat Allah SWT, karena atas ridho dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di The Soko Coffee Tea Chocolate Bandung” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis Program Studi S1 Administrasi Bisnis.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, khususnya Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas kesempatan dan didikan yang diberikan selama ini. Selain itu, tidak lupa penulis ucapan terimakasih kepada kedua orang tua saya Bapak R. Tedjo Lelono (Alm) dan Ibu Karlia Jumiati yang selalu mendo'akan tanpa henti dan selalu memberikan motivasi terhadap penulis sehingga terselesaiannya skripsi ini. Serta kepada kaka dan adik yang mensupport dengan segala bentuk. Dukungan moral dan moril yang diberikan Kaka Tercinta Guruh Pribadi dan Mba Novi Agustiningsih selalu kepada peneliti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

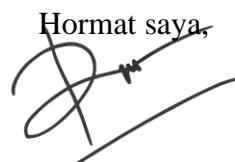
1. Yth. Bapak Dr.H.Asep Efendi R., S.E., M.Si, PIA., CFrA., CRBC., selaku Rektor Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
2. Yth. Dr. Farida Yulianty, SE., SH., MM. Selaku dosen pembimbing yang telah berkontribusi besar meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian untuk memberikan bimbingan, arahan, dan saran bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen pengajar Program Studi S1 Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu, wawasan, pemahaman serta pengalamannya selama penulis mengikuti studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
4. Seluruh staff Administrasi Program Studi S1 Administrasi Bisnis atas kelancaran informasi dan dukungan administrasi selama mengikuti program pendidikan ini,
5. Seluruh teman-teman mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2015 : Ardi, Ipan, Farhan, Bintang, Adit, Cecep, Jaka, Ridwan, Faisal, Prana, Rosi, dan

Andi Ula Maulida, Felly, Tanti, Yusi teman teman yang selalu mau membantu dalam pengerjaan skripsi peneliti. Sudah kurang lebih 3,5 tahun bersama-sama menikmati suka dan duka selama mengikuti program studi ini. Semoga kelak kita menjadi orang yang sukses dan bermanfaat bagi orang banyak.

6. Dukungan yang selalu diberikan Mas Adi, Mba Ifa, Teh Aini, Mba Mita.
7. Dan juga Seyla Thalia yang selalu mendukung mensupport segala yang dibutuhkan oleh peneliti dalam penyusunan skripsi hingga selesai dan lulus dengan baik.
8. FORKI Kota Bandung, FORKI Jawa Barat Organisasi yang selalu bisa mendukung
9. KAZOKU KARATE TEAM yang mensupport dan mendoakan peneliti.
10. Garry Sapta dan juga Erick M zaki selaku guru dan pelatih yang selalu mensupport.
11. The SOKO Coffee Tea Chocolate Bandung.
12. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya dalam berpartisipasi memberikan penilaian dan bantuan data kepada peneliti.
13. Semua pihak yang penulis tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan maupun dukungan. Untuk segala kebaikan dan dukungan tersebut, semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia Nya kepada mereka semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik dalam teknik penulisan, struktur Bahasa, ataupun substansi ilmiah. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi diri penulis sendiri, dan umumnya bagi mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

Bandung, 28 September 2019

Hormat saya,  
  
Rai Bagus

NPM: C1011511RB1021

## **HALAMAN MOTTO DAN PERSEMPAHAN**

Man jadda, wajada

Kesuksesan bukan tentang seberapa banyak uang yang kamu hasilkan, tapi seberapa besar kamu bisa membawa perubahan untuk hidup orang lain. (James Dean)

You're good, you're right or you're wrong, who will be the judge? That's the question of life.. (Dedi Corbuzier)

"Learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow. The important thing is not to stop questioning.". (Albert Einstein)

Hidup Bukan soal hari ini dan esok serta hanya untuk diri sendiri. Tapi hidup untuk hari ini esok dan masa depan serta berguna untuk orang lain. (Ardi Sanjaya)

### **KUPERSEMPAHKAN SKRIPSI INI UNTUK :**

Papah R. Tedjo Lelono(Alm) dan Mamah Karlia Jumiati  
Mas Guruh Pribadi dan Mba Novi Agustiningsih  
Adik-adikku Novia Wulan Putri dan Ajeng Ragillia  
Wa Agus, Wa nci, Mas Adi, Teh Aini, Mba Ifa  
Seyla Thalia

### **TEMAN-TEMANKU :**

Ula Maulida, Ipan Nopian, Yusi Mudrikah, Mohamad Jakariah, Tanti Agustiani,  
Aulia Fikri, Syifa Baridah, Indri Pertiwi, Felly Eka, Irma Nurulaeni, Adit  
Primadhani, Farhan Julianto, Ardi Sanjaya, Ridwan Lesmana, Chong Rosi, Cecep  
Ridwan, Nur Bintang, Andi, Prana, Andi Suprianto, Ignatius Hendi K.

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh *Brand Image* dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian yang dilakukan di kedai kopi The Soko Coffee Tea Chocolate Kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keputusan dalam pembelian yang dilakukan oleh masyarakat. Dan seberapa besar pengaruh *Brand Image* dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian.

Metode yang digunakan untuk melakukan penelitian ini ialah menggunakan metode kuantitatif dan pengujian yang dilakukan menggunakan metode asosiatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah kepada pembeli atau pelanggan dari cafe The Soko Coffee Tea Chocolate. Sementara itu, pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian kali ini ialah dengan observasi non partisipan , dan juga angket yang telah dibuat oleh penulis. Analisis linier berganda digunakan dalam penelitian guna mendapatkan atau menganalisis data secara statistik.

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh melalui korelasi ganda dalam pengujian hipotesis nilai F change yang terdapat dalam pengujian ini ialah 27,730. Dan nilai F change tersebut lebih besar dari nilai F tabel (2,699), serta nilai sig. F change (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan nilai maksimal yaitu 0,05. Serta besarnya pengaruh dari *Brand Image* dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 35,0 % dan 33,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di uji pada penelitian ini.

**Kata Kunci :** “*Brand Image* , *Word Of Mouth* , Keputusan Pembelian..

## ***ABSTRACT***

This research was conducted to find out how much influence Brand Image and Word of Mouth have on purchasing decisions made at The Soko Coffee Tea Chocolate coffee shop in Bandung. The purpose of this study is to determine the purchasing decisions made by the public. And how much influence Brand Image and Word of Mouth have on Purchasing Decisions.

The method used to conduct this research is to use quantitative methods and testing conducted using associative methods. The sample used in this study is to the buyer or customer of The Soko Coffee Tea Chocolate cafe. Meanwhile, the data collection conducted in this study is by non-participant observation, and also a questionnaire that has been made by the author. Multiple linear analysis is used in research to obtain or analyze data statistically.

Based on the test results obtained through multiple correlations in testing the hypothesis the value of F change contained in this test is 27,730. And the value of F change is greater than the value of the table F (2,699), as well as the value of sig. F change (0,000) is smaller than the maximum value of 0.05. And the magnitude of the influence of Brand Image and Word of Mouth on purchasing decisions is equal to 35.0% and the remaining 33.7% is influenced by other factors not tested in this study.

**Keywords:** “*Brand Image , Word of Mouth , Purchasing Decisions*”.

## Daftar Isi

<u>HALAMAN PENGESAHAN</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
<u>LEMBAR PERNYATAAN</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
<u>KATA PENGANTAR</u>	.....	iii
<u>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</u>	.....	vi
<u>ABSTRAK</u>	.....	vii
<u>ABSTRACT</u>	.....	viii
<u>Daftar Lampiran</u>	.....	xiv
<u>Lampiran 1 : Angket</u>	.....	xiv
<u>Lampiran 2 : Tabulasi Data</u>	.....	xiv
<u>Lampiran 3 : Hasil Pengolahan SPSS</u>	.....	xiv
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 <u>Latar Belakang Penelitian</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 <u>Identifikasi Masalah</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 <u>Tujuan Penelitian</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 <u>Kegunaan Penelitian</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 <u>Sistematika Penulisan</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 <u>Lokasi dan Waktu Penelitian</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB II TINJAUANPUSTAKA</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 <u>Pemasaran</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 <u>Manajemen Pemasaran</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 <u>Bauran Pemasaran</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 <u>Merek (Brand)</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 <u>Peran Brand</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 <u>Karakteristik Pemilihan Brand</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 <u>Strategi Brand</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 <u>Keputusan Pemberian Nama Brand</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 <u>Citra Merek (Brand Image)</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 <u>Manfaat Citra Merek</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 <u>Dimensi Citra Merek</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 <u>Word Of Mouth</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 <u>Manfaat Word Of Mouth Communication</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Jenis-Jenis <u>Word Of Mouth</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 <u>Indikator Word Of Mouth</u>	.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.3 <u>Menciptakan Word Of Mouth</u>	.....	Error! Bookmark not defined.

<a href="#">2.4.4 Pemasaran Word Of Mouth</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">2.5 Perilaku Konsumen</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">2.5.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">2.6 Proses Keputusan Pembelian</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">2.7 Penelitian Terdahulu</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">2.8 Kerangka Pemikiran</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">2.9 Hubungan Brand Image Dengan Proses Keputusan Pembelian</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">2.10 Hubungan Word Of Mouth dengan Proses Keputusan Pembelian</a>	.... Error! Bookmark not defined.
<a href="#">2.11 Hubungan Brand Image dan Word Of Mouth dengan Keputusan Pembelian</a>	.... Error! Bookmark not defined.
<a href="#">Gambar 2.1</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">Paradigma Penelitian</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">2.11 Hipotesis</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">BAB III METODE PENELITIAN</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.1 Jenis Penelitian</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.2 Teknik Pengumpulan Data</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.2.1 Jenis Pengumpulan Data</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.3 Ruang Lingkup Penelitian</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.4 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.4.1 Operasional Variabel</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.4.2 Skala Pengukuran</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.5 Populasi dan Sample</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.5.1 Populasi</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.5.2 Sample</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.5.3 Teknik Sampling</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.6 Teknik Analisis Data</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.7.2 Uji Validitas</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.7.3 Uji Reliabilitas</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">Rekapitulasi Hasil Pretest Uji Reliabilitas</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.7.4 Teknik Statistik Inferensial</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.7.5 Method of Successive Interval (MSI)</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.7.5 Uji Asumsi Klasik</a>	.....Error! Bookmark not defined.
<a href="#">3.7.6 Uji Hipotesis Asosiatif</a>	.....Error! Bookmark not defined.

<u>3.7.7 Analisis Regresi Linear Berganda</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>4.1 Objek Penelitian</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>4.2 Hasil Pegumpulan Data</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>4.3 Karateristik Responden</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>4.4 Hasil Penelitian</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>4.4.1 Tanggapan responden mengenai Brand Image (X1)</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>4.4.2 Tanggapan responden mengenai Word Of Mouth (X2)</u> ....	Error! Bookmark not defined.
<u>4.4.3 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)</u> ..	Error! Bookmark not defined.
<u>4.4.4 Hasil Data Interval (MSI)</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>4.4.5 Uji Asumsi Klasik</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>4.4.6 Uji Hipotesis Asosiatif</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>4.4.7 Analisis Regresi Liniear Berganda</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>4.5 Pembahasan Hasil Penelitian</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>BAB V PENUTUP</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
<u>5.1 Simpulan</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>5.2 Rekomendasi</u> .....	Error! Bookmark not defined.

## Daftar Tabel

<u>Tabel 1.1 Rating 35 Coffee Shop 2018</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 1.2 Jadwal Penelitian</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu</u> .....	26
<u>Tabel 3.1 Operasional Variabel</u> .....	34
<u>Tabel 3.2 Skor Skala Likert</u> .....	37
<u>Tabel 3.3 Jumlah Pengunjung</u> .....	37
<u>Tabel 3.4 Uji Validitas</u> .....	40
<u>Tabel 3.5 Rekapitulasi Hasil Pretest Uji Reabilitas</u> .....	43
<u>Tabel 3.6 Pedoman Koefisien Korelasi</u> .....	50
<u>Tabel 4.1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai X1</u> .....	54
<u>Tabel 4.2 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai X2</u> .....	54
<u>Tabel 4.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Y</u> .....	57
<u>Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil MSI</u> .....	59
<u>Tabel 4.5 Test Kolmogorov Smirnov</u> .....	63
<u>Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas</u> .....	65
<u>Tabel 4.7 Korelasi Product Moment X1 Terhadap Y</u> .....	67
<u>Tabel 4.8 Korelasi Product Moment X2 Terhadap Y</u> .....	68
<u>Tabel 4.9 Uji Korelasi Ganda</u> .....	69
<u>Tabel 4.10 Analisis Regresi Liniear Berganda</u> .....	70

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Responden Penilaian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 2.1 Paradigma Penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>Gambar 4.1 Kelompok Responden Jenis Kelamin .....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 4.2 Karakteristik Responden Usia .....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 4.3 Karakteristik Responden Usia .....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 4.4 Kurva P-Plots .....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 4.5 Scatterplot .....</b>	<b>57</b>

## **Daftar Lampiran**

Lampiran 1 : Angket

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Hasil Pengolahan SPSS

