

**ANALISIS CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TEKIRO DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

AINUL YAQIN
19012010091/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2023

**ANALISIS CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEKIRO
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
UNTUK MENYUSUN SKRIPSI S-1 PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



Diajukan Oleh:

**AINUL YAQIN
19012010091**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2023

SKRIPSI

**ANALISIS CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEKIRO
DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

AINUL YAOIN
19012010091

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 18 Agustus 2023

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si.
NIP. 196508141991032001

Pembimbing,
Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nuruni Ika K W, M.M.
NIP. 196310091991032001

Pembimbing pendamping

Reiga Ritomica Arlescy, SE, MM
NIP. 199211232018031000

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Dr. Dra. Pu. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.
NIP. 196304201991032001

**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS
KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Ainul Yaqin
NPM : 19012010091
NIK : 3578161404010003
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya/14-04-2001
Alamat : Tenggumung Wetan Gang Merpati Raya No. 20
RT06/RW08, Kec. Semampir, Kota Surabaya
Judul Artikel : ANALISIS CITRA MEREK, INOVASI PRODUK,
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEKIRO DI
SURABAYA

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 18 Agustus 2023

yang menyatakan,



(Ainul Yaqin)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Berkat dan Rahmat atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“ANALISIS CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEKIRO DI SURABAYA”**.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun semua pihak.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan support dari beberapa pihak. Terima kasih setulus – tulusnya kepada Ibu dan Ayah saya tercinta yang selalu menyertai saya dengan doa agar segera menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah memberikan dukungan terus menerus dan menjadi orang tua terbaik.

Dalam penyusunan skripsi ini mendapat bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materiil. Sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat saya mengucapkan terima kasih yang sebanyak – banyaknya khususnya kepada :

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah yang tiada terbatas dan kepada Rasulullah SAW yang telah memberikan tuntunan akhlak yang mulia.
2. Bapak Prof. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M. selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Reiga Ritomiea Ariescy, SE, MM. selaku dosen pembimbing dua yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama menempuh pendidikan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
8. Seluruh staf perpustakaan dan staf karyawan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan pelayanan dan membantu kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
9. Orang – orang terdekat saya terutama teman teman majelis indopoint yang sudah membantu dan memberikan dukungan kepada saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Salah satu mahasiswa dengan NIM 2240019009 yang telah membantu serta memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Dan teman teman semasa perkuliahan

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, 18 Agustus 2023

Ainul Yaqin

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	15
2.2.2 Citra Merek.....	16
2.2.3 Inovasi Produk.....	18
2.2.4 Word Of Mouth.....	20
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	22
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	24
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.4 Kerangka Berpikir.....	27
2.5 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.1.1 Definisi Operasional.....	28
3.1.2 Variabel Independent.....	28
3.1.3 Variabel Dependent.....	31
3.1.4 Pengukuran Variabel.....	31

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Top Brand Index Kategori Hand Tools	3
Tabel 1. 2 Tanggapan Konsumen	6
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin	49
Tabel 4. 3 Frekuensi Jawaban Citra Merek	50
Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Variabel Inovasi Produk	52
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Variabel Word of Mouth (WOM)	54
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4. 7 Hasil Uji Outlier	58
Tabel 4. 8 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)	59
Tabel 4. 9 Cross Loading	61
Tabel 4. 10 AVE	62
Tabel 4. 11 Composite Reliability	63
Tabel 4. 12 Latent Variabel Correlation	64
Tabel 4. 13 R-Square	66
Tabel 4. 14 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Bor Cardless Tekiro pada GILAS 2022	5
Gambar 3. 1 Model Indikator Reflektif	37
Gambar 3. 2 Model Indikator Formatif.....	38
Gambar 4. 1 Logo Tekiro.....	48
Gambar 4. 2 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficientdan R-Square	65
Gambar 4. 3 Inner Model dengan nilai signifikansi T-StatisticBootstraping	68

**ANALISIS CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TEKIRO DI SURABAYA**

Oleh:

**Ainul Yaqin
19012010091/FEB/EM**

ABSTRAKSI

Kementrian perindustrian terus mengembangkan industri *mold, dies, jig, dan fixture* atau yang biasanya disebut dengan industri peralatan dan perkakas. Hal tersebut dilakukan dikarenakan industri tersebut menjadi bagian penting dalam industri mesin dan peralatan dalam sektor industri barang modal, komponen, bahan penolong, dan jasa industri yang biasanya diserap industri otomotif. Dengan pernyataan tersebut maka perusahaan yang bergerak pada bidang perkakas akan bersaing dengan ketat. Salah satu merek yang bergerak dibidang perkakas adalah Tekiro. Tekiro memiliki citra merek yang baik serta berbagai inovasi yang telah dicobanya. Disamping itu dengan kualitas yang diberikan oleh Tekiro membuat kesan yang baik di mata masyarakat sehingga hal tersebut juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari citra merek, inovasi produk, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian Tekiro di Surabaya.

Penelitian dengan metode kuantitatif ini menggunakan populasi konsumen Tekiro di Surabaya. Jumlah sampel penelitian sebanyak 98 orang yang diambil menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara konvensional dan diukur menggunakan skala Likert. Analisis yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan *word of mouth* memiliki pengaruh secara signifikan dengan keputusan pembelian. Disamping itu variabel inovasi produk memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Tekiro di Surabaya. Semakin baik citra merek dan kesan yang dimiliki oleh Tekiro dan semakin menjadi pembeda inovasi yang dilakukan oleh Tekiro maka akan meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen Tekiro.

Kata Kunci: Citra Merek, Inovasi Produk, Word of Mouth, Keputusan Pembelian