



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF
MOUTH* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN GAME ONLINE DOTA
2 PADA MAHASISWA FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS MURIA
KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi

Universitas Muria Kudus

Oleh :

ACHMAD ANDREANTO

201211063

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2016

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN WORD OF
MOUTH TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN GAME ONLINE DOTA
2 PADA MAHASISWA FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS MURIA
KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2016

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Noor Azis, SE, MM
NIDN. 0609107501

Pembimbing I



Dr. Mokhamad Arwani, SE, MM
NIDN. 0610057804

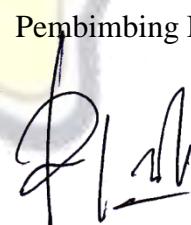
Mengetahui,

Dekan



Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Ratih Hesty Utami, SE, MM
NIDN. 0624018301



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Wong iku kudu ngerten i yen awake wong, kudu ngerten wong, lan nguwongo wong. (Hasan Fauzi)

Persembahan :

1. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mendo'akan
 2. Saudara-saudaraku dan sahabat-sahabati yang
aku sayangi dimanapun kau berada
 3. Keluarga besar Kelompok Kajian
Kewirausahaan yang selalu memberi semangat
dan dukungannya
 4. Semua orang yang telah merelakan waktunya
untuk memberikan masukan hingga terciptanya
skripsi saya
- Semoga amal dan perbuatan mereka mendapat
balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Amiin....

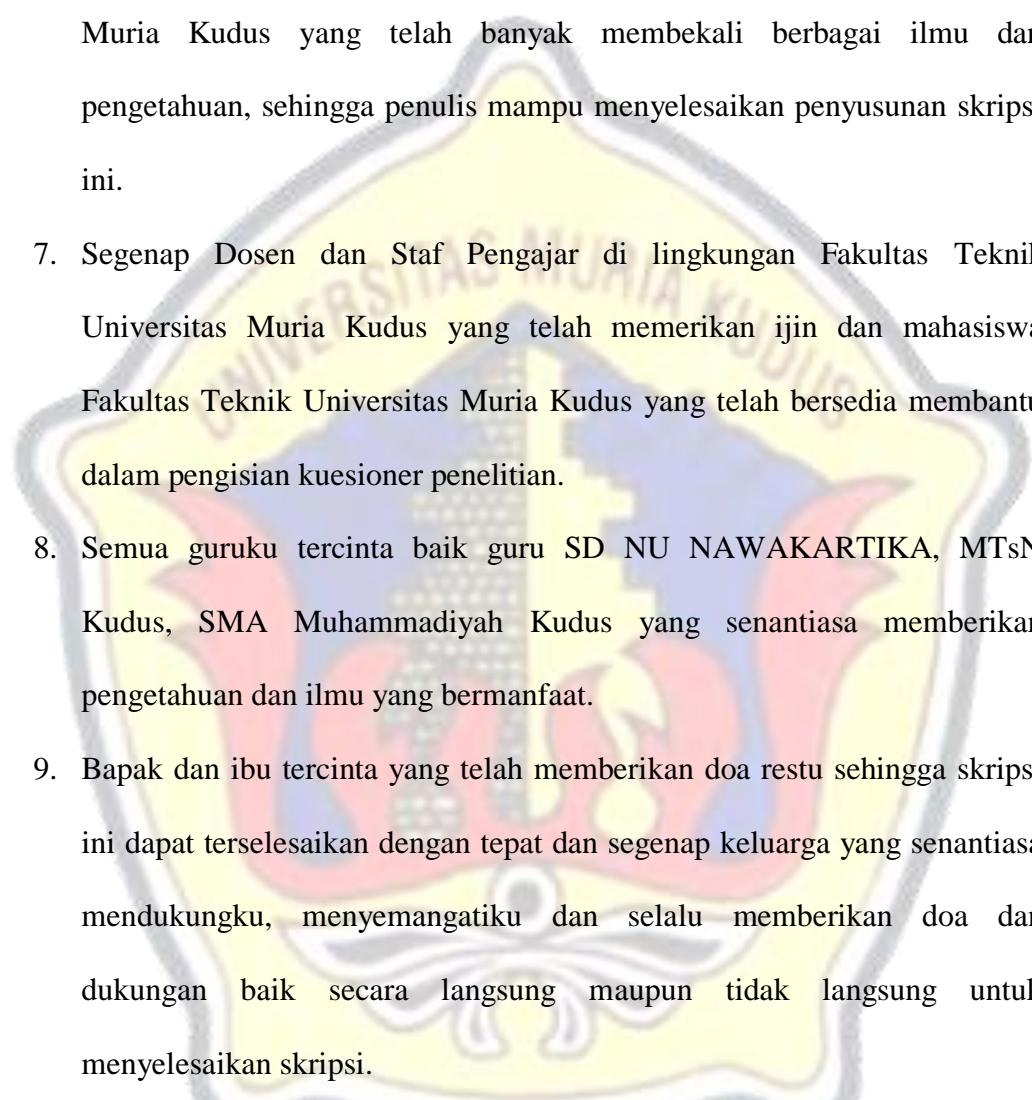
KATA PENGANTAR

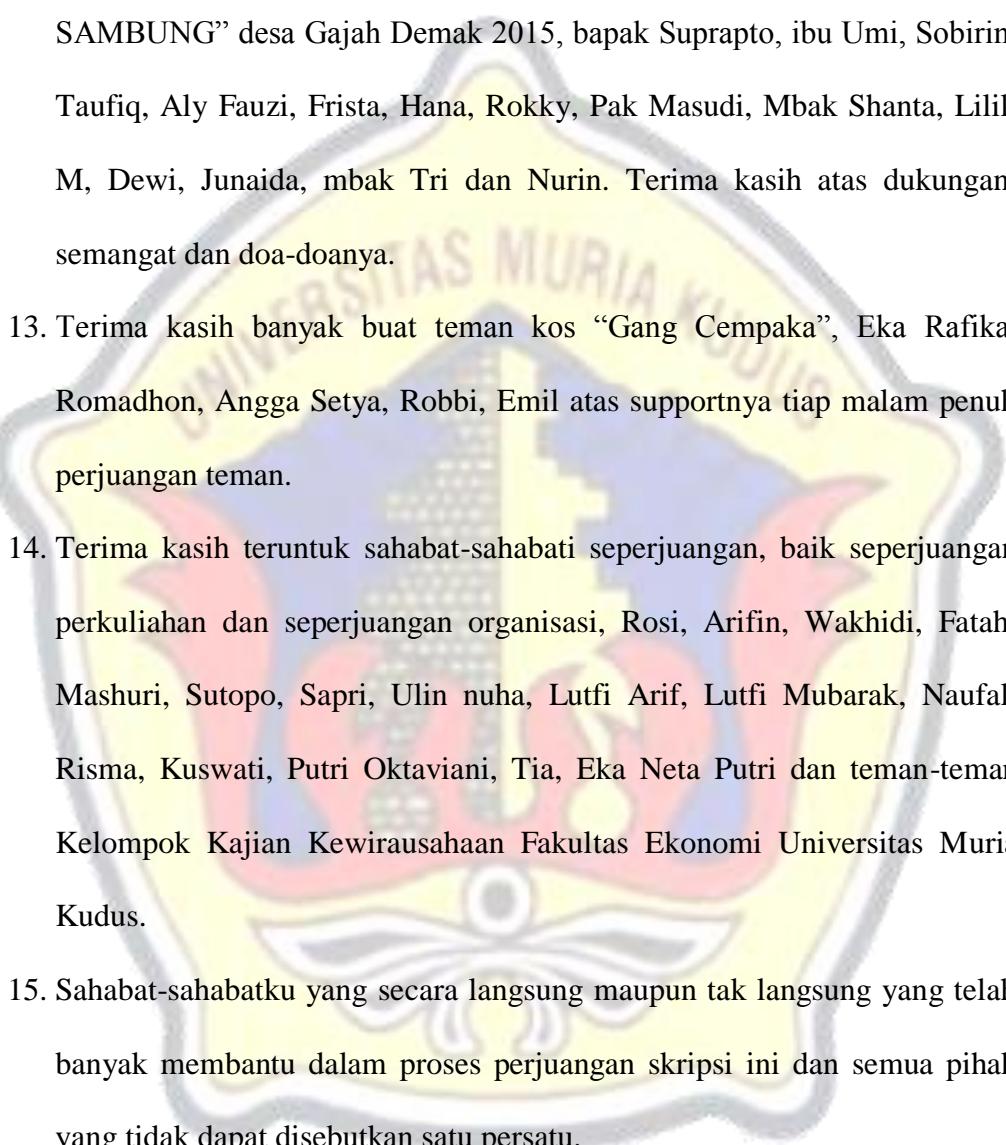
Assalamu'alaikum wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufiq dan hidayahNya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan *Word of Mouth* terhadap Loyalitas Konsumen Game Online Dota 2 Pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Selama menyusun skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Suparnyo, SH., MS selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus serta Dosen pengampu mata kuliah pemasaran.
3. Noor Azis, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah merestui penelitian skripsi ini.
4. Dr. Mokhamad Arwani. SE., MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia membimbing dan memberi arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.

- 
5. Ratih Hesty Utami, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
 6. Segenap dosen dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membekali berbagai ilmu dan pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
 7. Segenap Dosen dan Staf Pengajar di lingkungan Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus yang telah memerikan ijin dan mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus yang telah bersedia membantu dalam pengisian kuesioner penelitian.
 8. Semua guruku tercinta baik guru SD NU NAWAKARTIKA, MTsN Kudus, SMA Muhammadiyah Kudus yang senantiasa memberikan pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat.
 9. Bapak dan ibu tercinta yang telah memberikan doa restu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat dan segenap keluarga yang senantiasa mendukungku, menyemangatiku dan selalu memberikan doa dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menyelesaikan skripsi.
 10. Kepada Rina Supriatin tercinta yang selalu mendukung, memotivasi, memberikan segala semangat untuk tetap berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.

- 
11. Teman-teman seperjuangan program studi manajemen baik FEManajemen2012 dan *Management Class-C* yang selalu memotivasi untuk berjuang bersama-sama dalam proses menuju sarjana.
 12. Keluarga besar TIM KKN TEMATIK POSDAYA “POSKIBER SAMBUNG” desa Gajah Demak 2015, bapak Suprapto, ibu Umi, Sobirin, Taufiq, Aly Fauzi, Frista, Hana, Rokky, Pak Masudi, Mbak Shanta, Lilik M, Dewi, Junaida, mbak Tri dan Nurin. Terima kasih atas dukungan, semangat dan doa-doanya.
 13. Terima kasih banyak buat teman kos “Gang Cempaka”, Eka Rafika, Romadhon, Angga Setya, Robbi, Emil atas supportnya tiap malam penuh perjuangan teman.
 14. Terima kasih teruntuk sahabat-sahabati seperjuangan, baik seperjuangan perkuliahan dan seperjuangan organisasi, Rosi, Arifin, Wakhidi, Fatah, Mashuri, Sutopo, Sapri, Ulin nuha, Lutfi Arif, Lutfi Mubarak, Naufal, Risma, Kuswati, Putri Oktaviani, Tia, Eka Neta Putri dan teman-teman Kelompok Kajian Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
 15. Sahabat-sahabatku yang secara langsung maupun tak langsung yang telah banyak membantu dalam proses perjuangan skripsi ini dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

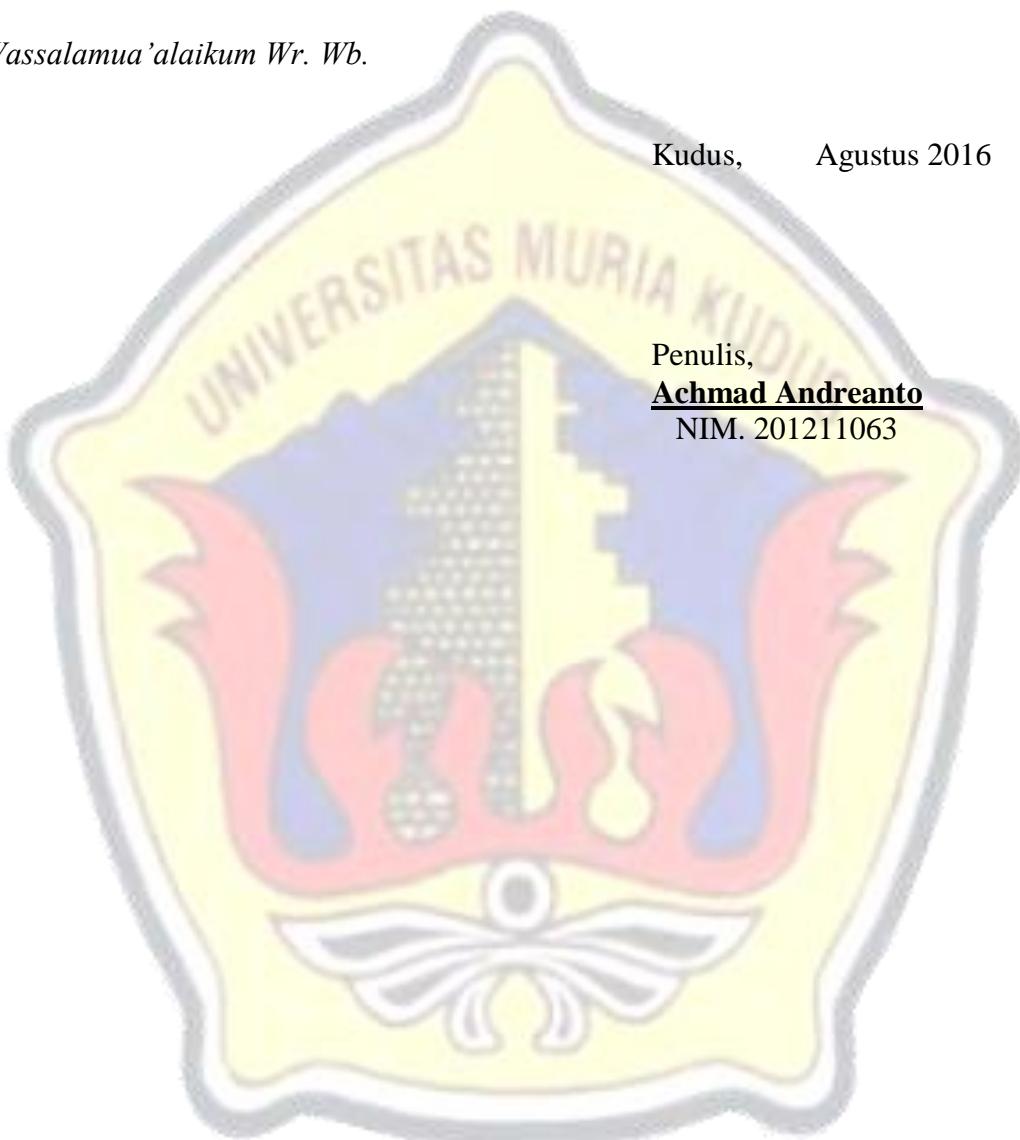
Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah berjuang dengan segenap pikiran, kemampuan, tindakan dan doa agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa hasil dari

penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Akhrinya penulis berharap semoga dengan tersusunnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Kudus, Agustus 2016

Penulis,
Achmad Andreanto
NIM. 201211063



ABSTRAKSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN GAME ONLINE DOTA 2 PADA MAHASISWA FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS MURIA KUDUS

ACHMAD ANDREANTO

NIM. 201211063

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Mokhamad Arwani. SE. MM

2. Ratih Hesty Utami SE. MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan *word of mouth* terhadap loyalitas konsumen *game online* Dota 2 pada mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus. Dimana diajukan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu citra merek, kualitas produk, dan *word of mouth* yang berperan sebagai variabel bebas dan loyalitas konsumen berperan sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey terhadap mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama yaitu menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi variabel citra merek, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap loyalitas konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk dan *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen *game online* Dota 2 pada mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus. Konsumen menggunakan Dota 2 berdasarkan kualitas produknya yang terjamin bagus dan aman penggunaannya dan sesuai dengan spesifikasinya yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata kunci : citra merek, kualitas produk, *word of mouth* dan loyalitas konsumen

EFFECT OF BRAND IMAGE, QUALITY PRODUCTS, AND WORD OF MOUTH OF CONSUMER LOYALTY IN ONLINE GAME DOTA 2
FACULTY OF ENGINEERING MURIA KUDUS UNIVERSITY

ACHMAD ANDREANTO

NIM. 201211063

Pembimbing : 1. Dr. Mokhamad Arwani. SE. MM

2. Ratih Hesty Utami SE. MM

UNIVERSITY OF MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS STUDY PROGRAM MANAGEMENT

This study aims to determine the effect of brand image, product quality, and word of mouth in loyalty online game Dota 2 at the Faculty of Engineering students Muria Kudus. Where the proposed three independent variables and the dependent variable, namely the brand image, product quality and word of mouth that acts as the independent variable and customer loyalty role as the dependent variable.

This study was conducted using a survey of students of Faculty of Engineering University of Muria Kudus and analyzed with regression. The first phase is to test the validity and reliability questions for each variable. The second phase, variable regression of brand image, product quality and word of mouth on customer loyalty.

The results showed that the variables of brand image, product quality and word of mouth significant influence on customer loyalty online game Dota 2 at the Faculty of Engineering students Muria Kudus. Consumers use Dota 2 is based on the quality of its products are guaranteed good and safe to use and in accordance with the specifications that can increase consumer loyalty.

Keywords: brand image, product quality, word of mouth, and customer loyalty

DAFTAR ISI

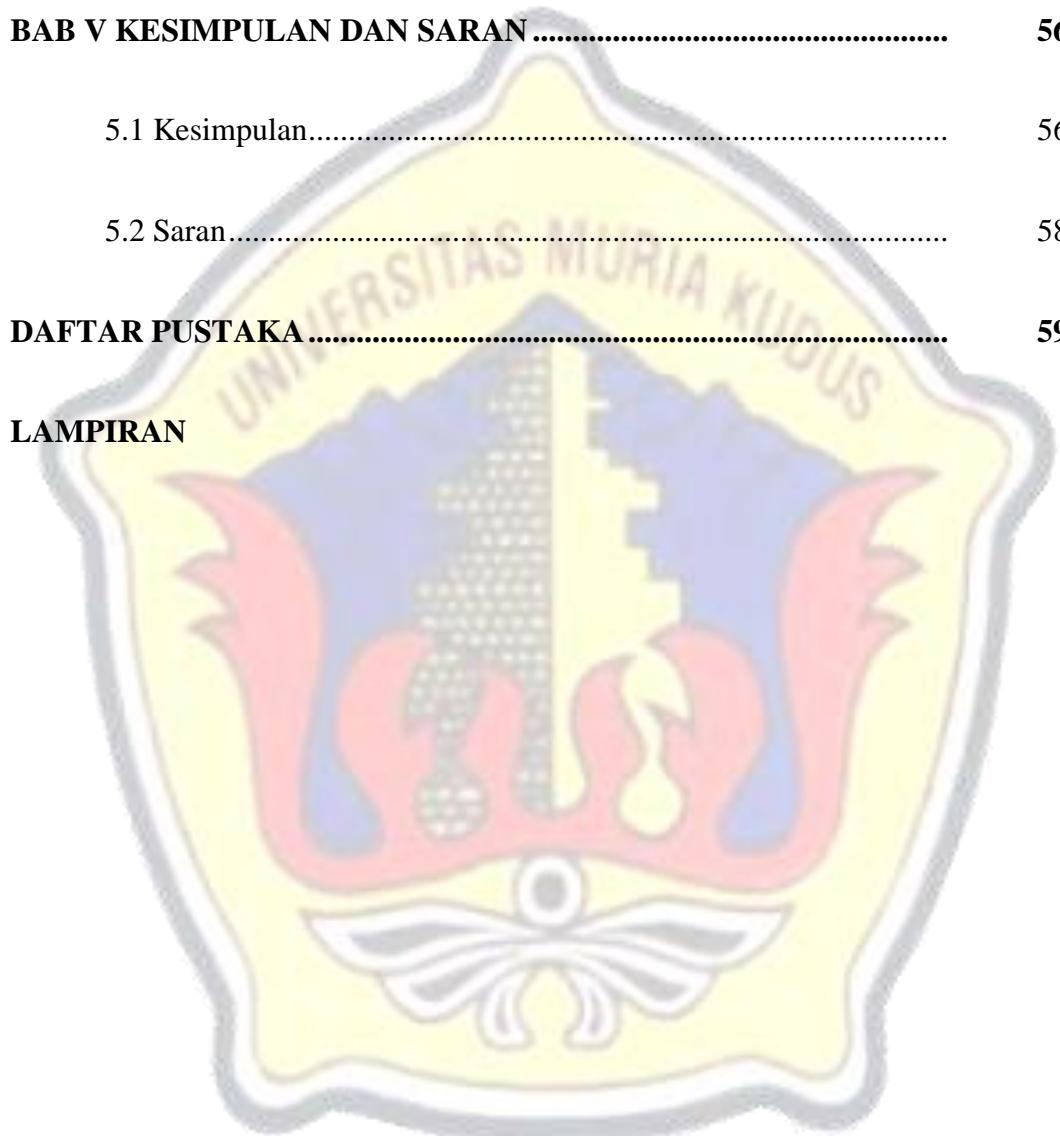
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Citra Merek	6
2.2 Kualitas Produk	8
2.3 Word of Mouth.....	10
2.4 Loyalitas Konsumen.....	12
2.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	12
2.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	13
2.7 Pengaruh Word of Mouth Terhadap Loyalitas Konsumen	14
2.5 Penelitian Terdahulu	16
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	17
2.7 Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Variabel Penelitian	19
3.2.1 Identifikasi Variabel	19
3.2.2 Definis Operasional Variabel	20
3.3 Jenis dan Sumber Data	21

3.4 Populasi dan Sampel	21
3.5 Metode Pengumpulan Data	24
3.6 Pengolahan Data.....	24
3.7Uji Instrumen Data	26
3.7.1 Uji Validitas	26
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	27
3.7.3 Analisis Regresi.....	27
3.7.4 Pengujian Hipotesis	28
3.8.2.1 Uji Parsial (Uji t).....	28
3.8.2.2 Uji Berganda (Uji f)	29
3.8.2.3 Koefisien Determinasi (R ²)	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	32
4.2 Gambaran Umum Responden	36
4.2.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Program Studi	37

4.2.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Angaktan	37
4.3 Data Variabel	38
4.3.1 Variabel Citra Merek.....	38
4.3.2 Variabel Kualitas Produk	39
4.3.3 Variabel Word Of Mouth	40
4.3.4 Variabel Loyalitas Konsumen.....	41
4.4 Hasil Uji Instrumen	41
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	41
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	42
4.4.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	42
4.4.1.3 Hasil Uji Validitas Word Of Mouth.....	43
4.5 Uji Hipotesis	44
4.5.1 Analisis Regresi	44
4.5.2 Uji Parsial.....	47
4.5.3 Uji Berganda	50
4.5.4 Adjusted R Square.....	51
4.6 Pembahasan	53

4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	53
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	54
4.6.3 Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Konsumen	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	16
3.1. Definisi Operasional Variabel	20
3.2. Skala Likert	24
4.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.2. Identitas Responden Berdasarkan Program Studi	36
4.3. Identitas Responden Berdasarkan Angkatan	36
4.4. Frekuensi Variabel Citra Merek	37
4.5. Frekuensi Variabel Kualitas Produk	38
4.6. Frekuensi Variabel <i>Word Of Mouth</i>	39
4.7. Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan	40
4.8. Hasil Uji Validitas Citra Merek	41
4.9. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	41
4.10. Hasil Uji Validitas Word Of Mouth	42
4.11. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	43
4.12. Hasil Analisis Regresi	44

4.13. Hasil Uji Parsial	46
4.14. Hasil Uji Berganda	49
4.15. Adjusted R Square	51



DAFTAR GAMBAR

Halaman

2.1. Kerangka Pikir Teoritis	17
4.1. Kerangka Aplikasi Penelitian	52

