

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *WORD OF MOUTH* PADA SALAD BAR DI JAKARTA



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: CHRISTINE PUSPITA

NPM: 115160498

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
TARUMANAGARA JAKARTA**

2020

SKRIPSI
**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *SERVICE QUALITY*,
PERCEIVED VALUE TERHADAP *WORD OF MOUTH***
PADA SALAD BAR DI JAKARTA



DIAJUKAN OLEH:
NAMA: CHRISTINE PUSPITA
NPM: 115160498

PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
TARUMANAGARA JAKARTA
2020

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Christine Puspita
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160498
Program Studi : S1 Manajemen

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 14 Juli 2020



CHRISTINE PUSPITA

Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : CHRISTINE PUSPITA
NPM : 115160498
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *BRAND EXPERIENCE, SERVICE
QUALITY, PERCEIVED VALUE* TERHADAP
WORD OF MOUTH PADA SALAD BAR DI
JAKARTA.

Jakarta, 13 JULI 2020

Pembimbing,



(Rodhiah Dra., M.M)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : CHRISTINE PUSPITA

NIM : 115160498

Program Studi : S1 MANAJEMEN

Judul Skripsi

PENGARUH BRAND EXPERIENCE, SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE
TERHADAP WORD OF MOUTH PADA SALAD BAR DI JAKARTA.

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 30 Juli dan dinyatakan lulus,
dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Dr. HETTY KARUNIA TANJUNGSARI
2. Anggota : Dra. RODHIAH, MM
EDALMEN, SE., MM

Jakarta, 30 Juli 2020

Pembimbing



(Dra. RODHIAH, MM)

ABSTRACT

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

(A) CHRISTINE PUSPITA (115160498)

(B) THE INFLUENCE OF *BRAND EXPERIENCE, SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE* ON *WORD OF MOUTH* IN SALAD BAR AT JAKARTA.

(C) Xiv + 81 Pages, 2020, 19 Tables, 4 Pictures, 4 Attachment

(D) *MARKETING MANAGEMENT*

Abstract: *The purpose of this research is to discuss and learn about brand experience, service quality, value of profit towards word of mouth promotion at Salad Bar in Jakarta. The population in this study were customers who had bought products at Salad Bar Jakarta. The number of samples in this study were 100 respondents. This study uses a purposive sample technique and a questionnaire as a data collection tool using Google forms. This study uses SmartPLS 3.0 to conduct hypotheses. The results of this study show brand experience and the value of profit has a significant effect on word of mouth promotion, and service quality has an insignificant importance on word of mouth promotion. This research can be used as information for Salad Bar in reaching a decision to increase the value of promotion in order to promote word of mouth.*

(E) *Brand Experience, Perceived Value, Service Quality, and Word of Mouth*

(F) *References 45*

(G) Rodhiah, Dra., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JAKARTA

- (A) CHRISTINE PUSPITA (115160498)
- (B) PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *WORD OF MOUTH* PADA SALAD BAR DI JAKARTA.
- (C) xiv, 80 halaman, 2020, 19 Tabel, 4 Gambar, 4 Lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan mengetahui pengaruh dari pengalaman merek, kualitas pelayanan, nilai keuntungan terhadap promosi dari mulut ke mulut pada Salad Bar di Jakarta. . Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan yang sudah pernah mengkonsumsi produk di Salad Bar Jakarta. Ukuran sampel pada penelitian ini sebesar 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive* sampel dan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dengan menggunakan *google form*. Penelitian ini menggunakan SmartPLS 3.0 untuk menguji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengalaman merek dan nilai keuntungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap promosi dari mulut ke mulut, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap promosi dari mulut ke mulut. Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi bagi Salad Bar dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan nilai keuntungan agar dapat terjadinya promosi dari mulut ke mulut.
- (F) Pengalaman Merek, Kualitas Pelayanan, Nilai Keuntungan, dan Promosi dari mulut ke mulut.
- (G) Daftar Pustaka 45
- (H) Rodhiah, Dra., M.M.