

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM)*,
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK EIGER
(Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)**



SKRIPSI

**REZA AINUN MUTTAQIN
1702010019**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2021**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM)*,
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK EIGER
(Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

**REZA AINUN MUTTAQIN
1702010019**

Diperiksa dan disetujui oleh,
Pembimbing

Totok Haryanto, S.E., M.M.
NIK. 2160729

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Reza Ainun M
NIM : 1702010019
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)*,
Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas
Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto).

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Totok Haryanto, S.E., M.M

Anggota 1 : HERNI JUSTIANA ASTUTI, SE., M.Si., Ph.D

Anggota 2 : Ika Yustina Rahmawati, SE., M.Sc

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : Agustus 2021

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto



Dr. Naela F. Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reza Ainun M

NIM : 1702010019

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Reza Ainun M
1702010019

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reza Ainun M
NIM : 1702010019
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)*, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto).

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemelik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : Agustus 2020

yang menyatakan,



RezaAinunM

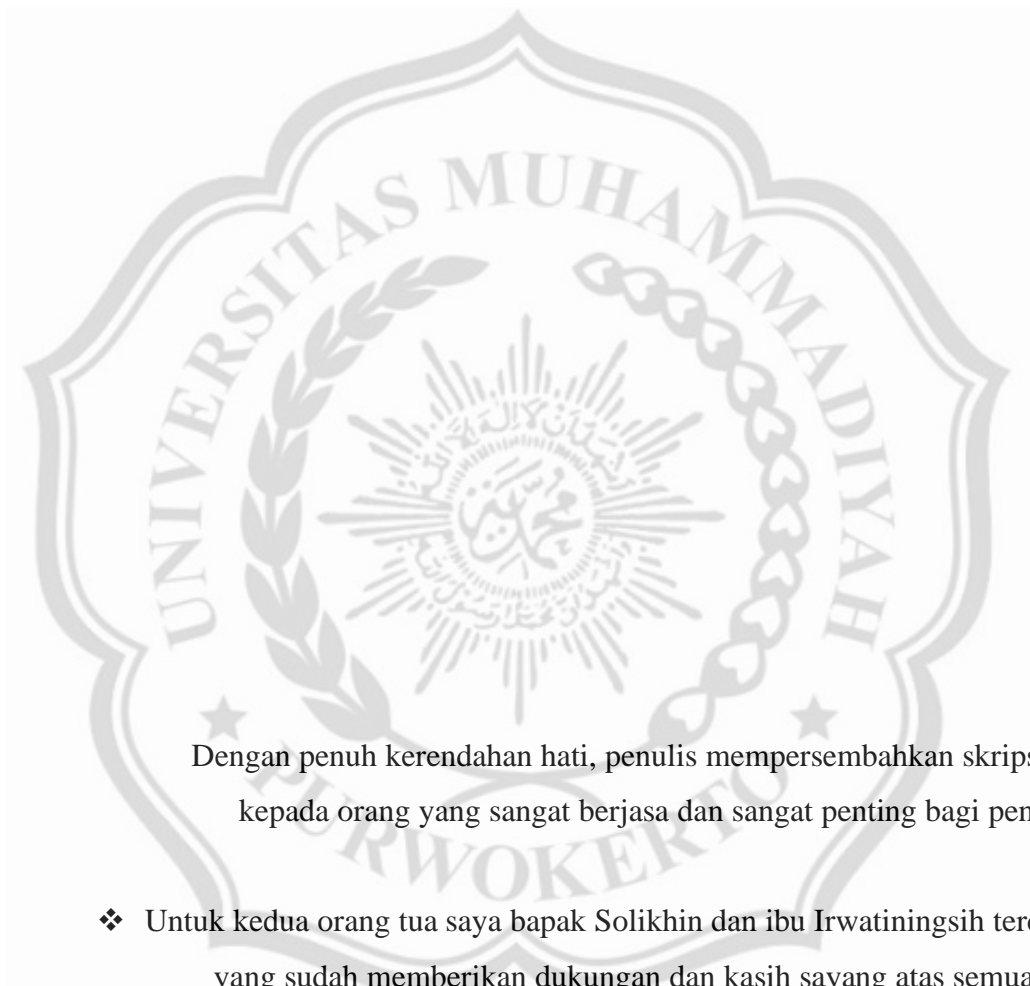
MOTTO

"Melihat teman kita tdk lulus itu sgt menyedihkan. Tapi lebih menyedihkan jika dia jadi yg terbaik." (3 *Idiots*)

“Jika berharap berarti harus siap terjatuh”



PERSEMBAHAN



Dengan penuh kerendahan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang yang sangat berjasa dan sangat penting bagi penulis:

- ❖ Untuk kedua orang tua saya bapak Solikhin dan ibu Irwatiningsih tercinta yang sudah memberikan dukungan dan kasih sayang atas semuanya, mohon maaf belum memberikan yang terbaik.
- ❖ Tidak lupa dengan kawan kawan saya yang telah memberikan semangat saya ucapkan terimakasih banyak.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Saya panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena atas berkat dan rahmat-Nya, Saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah Shallallahu 'Alaihi Wasallam, yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman terang benderang. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi Saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, Saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Totok Haryanto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu sesuai dengan apa yang diharapkan.
4. Herni Justiana Astuti, SE., M.Si., Ph.D selaku dosen penguji I dan Ika Yustina Rahmawati, SE., M.Sc selaku dosen penguji II yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, SE, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu dan membimbing saya selama di bangku perkuliahan sehingga saya bisa menyelesaikan studi tepat waktu.
6. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan .
7. Untuk kedua orang tua yang selalu memberikan motivasi, bimbingan, doa dan kasih sayang sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih untuk bapak Solikhin dan ibu Irwatiningsih atas supportnya sehingga penulisan skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
8. Untuk semua sahabat saya yang tidak bisa disebutkan satu satu dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin

Wassalamualaikum Wr.Wb

Purwokerto, Januari 2021

Penulis

Reza Ainun M

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM)*,
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK EIGER
(Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)**

Reza Ainun Muttaqin¹, Totok Haryanto²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Purwokerto

¹rezaainunmuttaqinoriginal367@gmail.com, ²feb.ump.th@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)*, kualitas produk, dan citra merek. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 130 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrument, statistic deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan citra merek tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)*, kualitas produk, dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)*, kualitas produk, citra merek dan loyalitas pelanggan.

**THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM),
PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE
TOWARDS EIGER PRODUCT CUSTOMER LOYALTY
(Study on Students in Purwokerto)**

Reza Ainun Muttaqin¹, Totok Haryanto²

^{1 2} Faculty of Economics and Business

^{1 2} University of Muhammadiyah Purwokerto

¹rezaainunmuttaqinoriginal367@gmail.com, ²feb.ump.th@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Electronic Word Of Mouth (e-WOM), product quality, and brand image. The sample selection in this study was done by purposive sampling. Based on the criteria, there were 130 respondents who became the sample. The data analysis techniques used in this research are instrument test, descriptive statistics, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The results showed that partially Electronic Word Of Mouth (e-WOM) had a positive and significant effect on customer loyalty, product quality had a positive and significant effect on customer loyalty, and brand image had no positive and insignificant effect on customer loyalty. Electronic Word Of Mouth (e-WOM), product quality, and brand image simultaneously affect customer loyalty.

Keywords: *Electronic Word Of Mouth (e-WOM), product quality, brand image and customer loyalty.*

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iv |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI | v |
| MOTO | vi |
| PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| ABSTRAK | x |
| ABSTRACT | xi |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian | 6 |
| D. Pembatasan Masalah Penelitian | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| A. Landasan Teori | 8 |
| 1. Loyalitas Pelanggan | 8 |
| 2. <i>Electronic Word of Mouth</i> | 13 |
| 3. Kualitas Produk | 15 |
| 4. Citra Merek | 21 |
| B. Hasil Penelitian Tedahulu | 25 |
| C. Kerangka Pemikiran | 31 |
| D. Hipotesis | 34 |

| | | |
|---------|---|----|
| BAB III | METODE PENELITIAN..... | 35 |
| A. | Jenis Penelitian..... | 35 |
| B. | Populasi dan Sampel | 35 |
| 1. | Populasi | 35 |
| 2. | Sampel | 36 |
| C. | Jenis, Sumber, Metode Pengumpulan Data | 38 |
| D. | Variabel Penelitian..... | 38 |
| 1. | Variabel Dependen (Terikat) | 39 |
| 2. | Variabel Independen (Bebas)..... | 39 |
| E. | Definisi Operasional..... | 39 |
| F. | Metode Analisis Data | 42 |
| 1. | Uji Instrumen | 42 |
| 2. | Uji Asumsi Klasik | 44 |
| 3. | Uji Analisis Data | 45 |
| 4. | Uji Kecocokan Model | 46 |
| 5. | Analisis Regresi Linear Berganda..... | 48 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 51 |
| A. | Hasil Penelitian | 51 |
| 1. | Gambaran Umum Toserba Amanah Pemalang..... | 51 |
| 2. | <i>Response Rate</i> | 53 |
| 3. | Karakteristik Responden..... | 54 |
| 4. | Statistik Deskriptif..... | 56 |
| 5. | Uji INstrumen Penelitian | 60 |
| 6. | Uji Asumsi Klasik | 63 |
| 7. | Uji Kelayakan Model | 66 |
| 8. | Uji Analisis Data | 67 |
| 9. | Uji Hipotesis | 69 |
| B. | Pembahasan | 74 |
| 1. | Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> , Kualitas Produk, Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan produk Eiger..... | 75 |

| | |
|---|----|
| 2. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> , terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan produk Eiger..... | 75 |
| 3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan produk Eiger. | 76 |
| 4. Pengaruh Citra Merek terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan produk Eiger | 77 |
| BAB V PENUTUP..... | 78 |
| A. Kesimpulan..... | 78 |
| B. Keterbatasan Penelitian..... | 78 |
| C. Saran..... | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 80 |
| LAMPIRAN..... | 83 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu | 25 |
| Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa | 35 |
| Tabel 3.2 Banyaknya Kuesioner yang disebar berdasarkan Universitas | 37 |
| Tabel 3.3 Definisi Operasional | 39 |
| Tabel 4.1 Response Rate | 54 |
| Tabel 4.2 Umur..... | 55 |
| Tabel 4.3 Jenis Kelamin..... | 55 |
| Tabel 4.4 Asal Frekuensi Universitas | 56 |
| Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>Electronic Word Of Mouth E-wom</i> | 57 |
| Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Kualitas Kualitas Produk..... | 58 |
| Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Citra Merek | 59 |
| Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan | 60 |
| Tabel 4.9 Uji Validitas | 61 |
| Tabel 4.10 Uji Reliabilitas | 62 |
| Tabel 4.11 Uji Normalitas..... | 63 |
| Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas | 64 |
| Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas | 65 |
| Tabel 4.14 Analisis Koefisien Determinasi..... | 67 |
| Tabel 4.15 Uji Analisis Regresi Linear Berganda..... | 68 |
| Tabel 4.16 Uji Simultan (Uji F)..... | 70 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran | 34 |
| Gambar 3.1 Kurva Uji F | 47 |
| Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua | 48 |
| Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga..... | 49 |
| Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat | 50 |
| Gambar 4.1 Hasil Kurva Uji F | 71 |
| Gambar 4.2 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Kedua | 72 |
| Gambar 4.3 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Ketiga..... | 73 |
| Gambar 4.4 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Keempat | 74 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Pernyataan..... | 84 |
| Lampiran 2 Data Khusus Responden..... | 90 |
| Lampiran 3 Data Deskripsi Responden | 95 |
| Lampiran 4 Nilai Tabulasi | 99 |
| Lampiran 5 Gambaran Umum Responden | 111 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Deskriptif Butir Pertanyaan Kuesioner | 112 |
| Lampiran 7 Uji Validitas | 114 |
| Lampiran 8 Uji Reliabilitas | 118 |
| Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik | 119 |
| Lampiran 10 Uji Kelayakan Model | 121 |
| Lampiran 11 Uji Analisis Data | 122 |
| Lampiran 12 Uji Hipotesis | 123 |
| Lampiran 13 R Tabel | 124 |
| Lampiran 14 F Tabel | 128 |
| Lampiran 15 T Tabel | 131 |
| Lampiran 16 Foto Bukti Penyerahan Kuesioner..... | 135 |