

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PELAYANAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BRILINK
(STUDI PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN PURBALINGGA)**



SKRIPSI

**AIPKA GANI
1702010173**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PELAYANAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BRILINK
(STUDI PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN PURBALINGGA)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen S1

**AIPKA GANI
1702010173**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PELAYANAN
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
BRILINK
(STUDI PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN
PURBALINGGA)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen S1

Oleh :

AIPKA GANI

1702010173

Diperiksa dan disetujui oleh pembimbing



HERNI JUSTIANA ASTUTI S.E., M. Si., Ph.D.

NIK. 2160183

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Aipka Gani
NIM : 1702010173
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh *Word Of Mouth* Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Brilink (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Purbalingga)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Penguji 1 (Pembimbing) : Herni Justiana Astuti S.E., M. Si., Ph.D.

Penguji 2 : Dr. Muchammad Agung Miftahuddin S.E., M.Si.

Penguji 3 : Ika Yustina Rahmawati S.E., M.Sc., CFP

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 08 Agustus 2024

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si.
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aipka Gani
NIM : 1702010173
Program Studi : Manajemen SI
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa artikel ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang 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, 18 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,

31D2AAKX074411444

Aipka Gani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aipka Gani
NIM : 1702010173
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammdiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya yang berjudul: **Pengaruh *Word of Mouth* Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Brilink (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Purbalingga)** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/ mengalihformatkan, mengelola dan dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan artikel saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 18 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Aipka Gani

MOTTO

“Gajah makannya banyak sekali waktunya tidur, ya tidur, kamu mencari makan sepiring saja sampai dibela belain tidak tidur.”

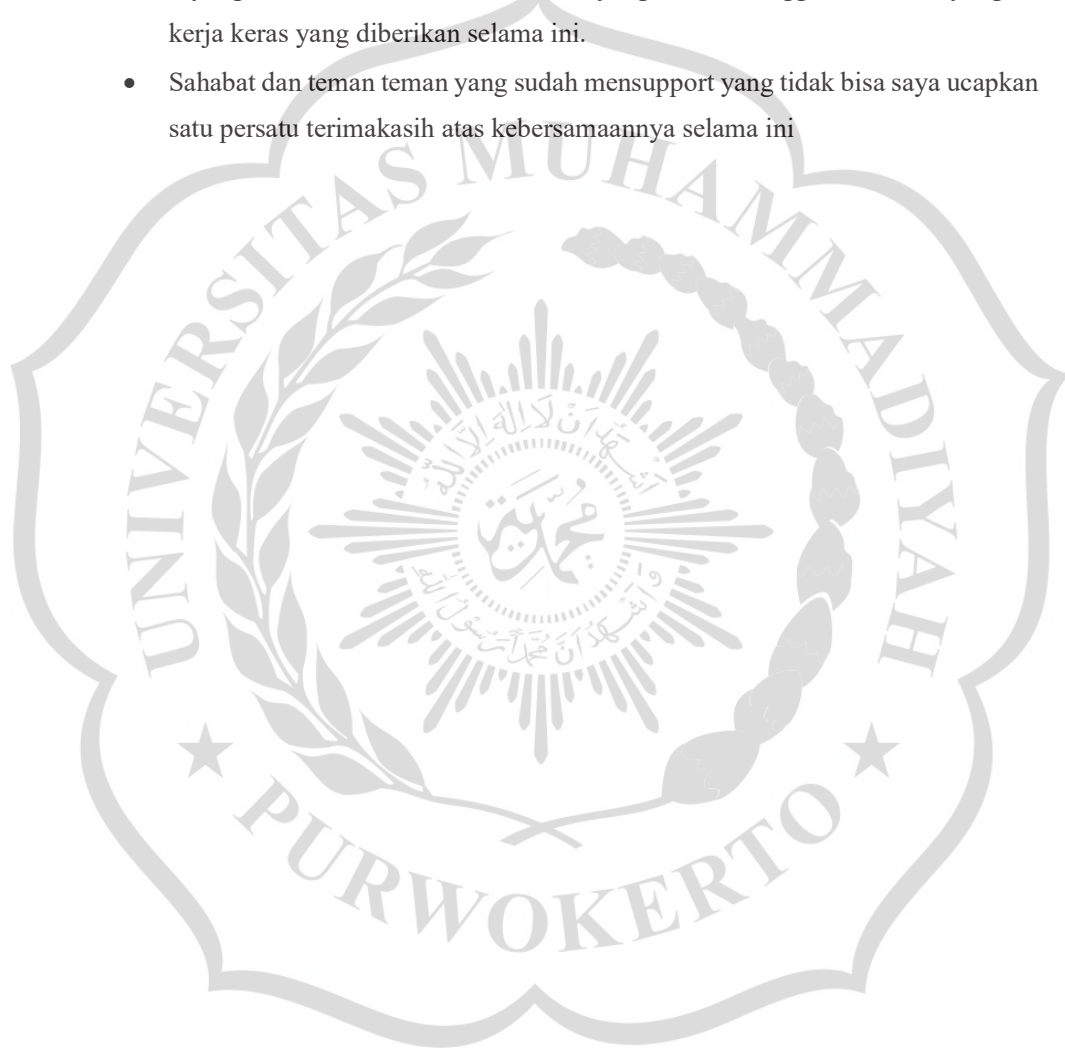
(Gus Baha)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- Orang tua saya bapak Slamet Mulyadi dan Ibu Kusingah tercinta sebagaitanda sayang, bakti, hormat dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang dan kerja keras yang diberikan selama ini.
- Sahabat dan teman teman yang sudah mensupport yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu terimakasih atas kebersamaannya selama ini



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, dapat menyelesaikan karya ilmiah konversi ke skripsi ini dengan judul Pengaruh Word of Mouth Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Brilink (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Purbalingga). Penulisan karya ilmiah ke 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 karya ilmiah konversi ke skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan karya ilmiah konversi ke skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, M.Si. selaku Dekan FEB yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan karya ilmiah konversi ke skripsi;
3. Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan karya ilmiah konversi ke skripsi;
4. Herni Justiana Astuti S.E., M. Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dalam penyusunan karya ilmiah konversi ke skripsi ini;
5. Muchammad Agung Miftahuddin S.E., M.Si. yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan sebagai sarjana Pendidikan Manajemen;
6. Ika Yustina Rahmawati S.E., M.Sc., CFP yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan sebagai sarjana Pendidikan Manajemen;
7. Bapak dan ibu serta saudara tercinta yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik material maupun moral.

Purwokerto, 18 Agustus 2024

Penulis

Aipka Gani

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PELAYANAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BRILINK
(STUDI PADA MASYARAKAT KABUPATEN PURBALINGGA)**

Aipka Gani¹, Herni Justiana Astuti²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
ganiaipka@gmail.com; herni99@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, kualitas pelayanan, *brand image*, dan loyalitas pelanggan. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 120 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen, statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa *word of mouth*, kualitas pelayanan dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan, *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan *brand image* berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan,
Kata kunci : *word of mouth*, kualitas pelayanan, *brand image*, loyalitas pelanggan.

**THE EFFECT OF WORD OF MOUTH, SERVICE QUALITY AND BRAND
IMAGE ON BRILINK CUSTOMER LOYALTY**
(Study in Purbalingga District Communities)

Aipka Gani¹, Herni Justiana Astuti²
Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
ganiaipka@gmail.com; herni99@gmail.com

ABSTRACT

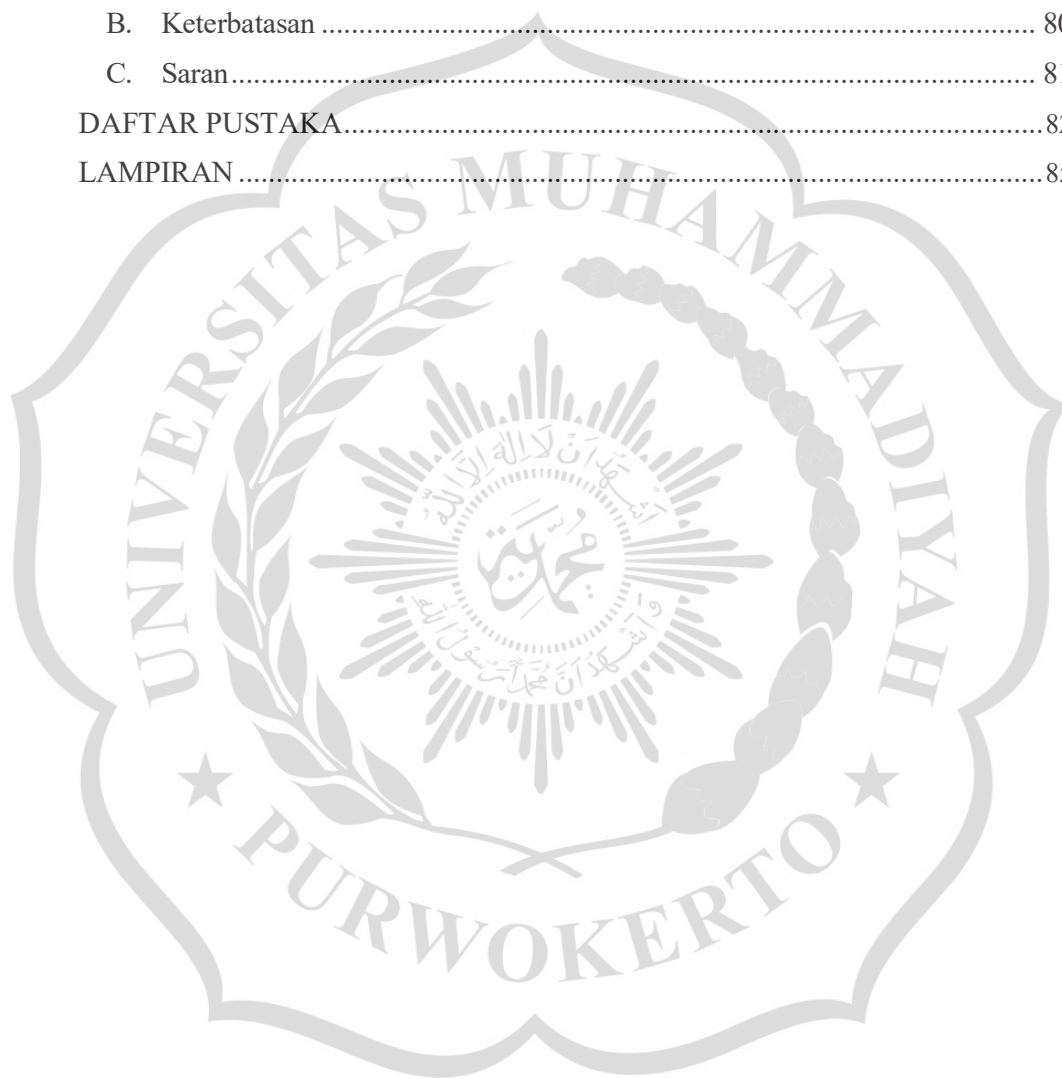
The purpose of this study was to determine the effect of word of mouth, service quality, brand image and customer loyalty. The selection of the sample in this study was carried out by purposive sampling. Based on the criteria, 120 respondents were sampled. The data analysis technique used in this research is instrument test, descriptive statistics, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The results of the analysis show that word of mouth, service quality and brand image have a simultaneous effect on customer loyalty, word of mouth has no significant effect on customer loy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Pembatasan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. Konsep Manajemen Pemasaran.....	12
2. Perilaku konsumen	12
3. <i>Word Of Mouth</i>	13
4. Kualitas pelayanan.....	15
5. <i>Brand Image</i>	18
6. Loyalitas pelanggan	21
B. Hasil penelitian terdahulu.....	23
C. Kerangka pemikiran	27

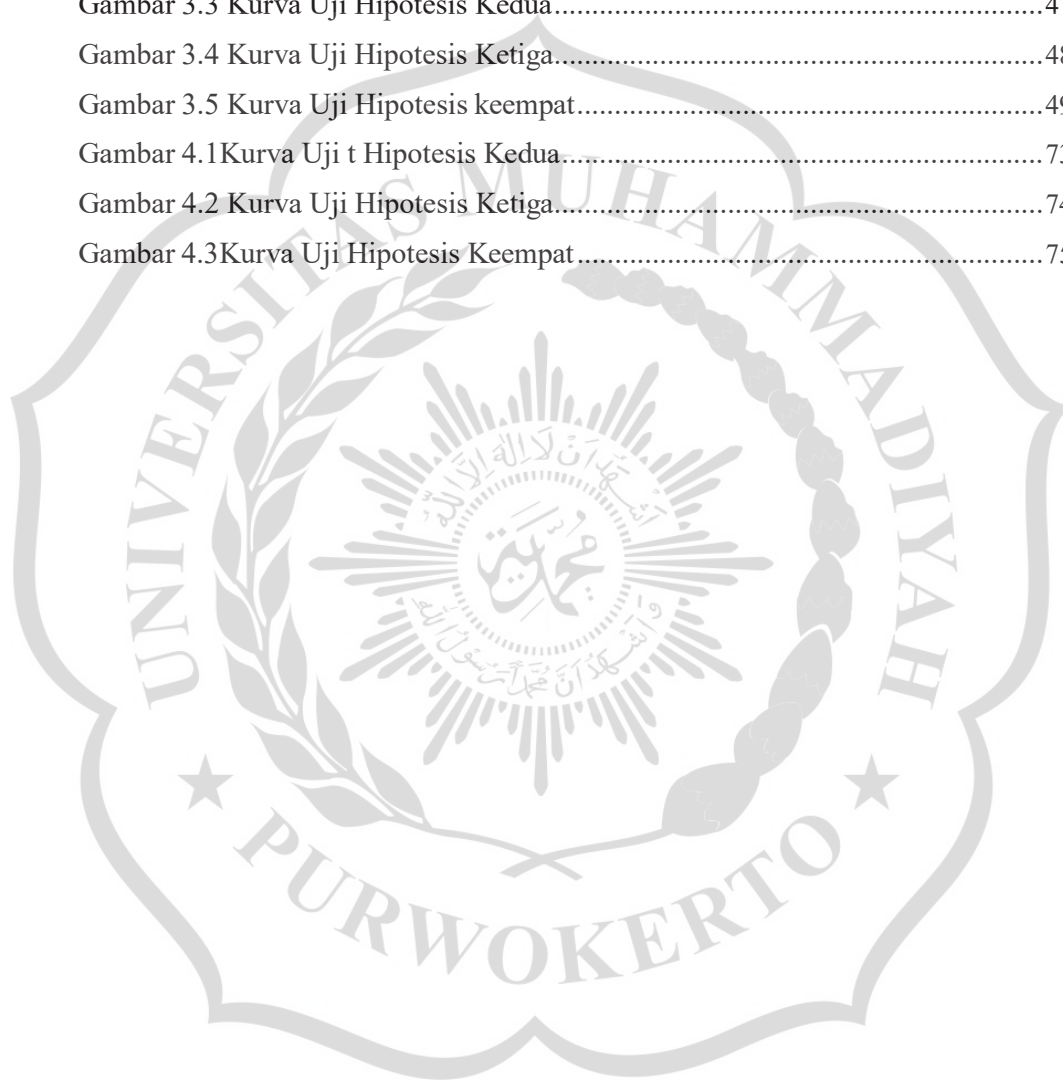
1. Pengaruh <i>word of mouth</i> , kualitas pelayanan dan <i>brand image</i> terhadap loyalitas	27
2. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Loyalitas	28
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas.....	28
4. Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Loyalitas.....	28
D. Hipotesis.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian	31
B. Populasi dan Sampel	31
1. Populasi	31
2. Sampel.....	32
C. Jenis dan Sumber Data	33
D. Metode Pengumpulan Data	34
E. Variabel Penelitian	35
1. Variabel bebas (<i>independent variable</i>).....	35
2. Variabel terikat (<i>dependent variable</i>).....	35
F. Metode Analisis data.....	37
1. Uji Instrumen.....	37
2. Uji Asumsi Klasik	40
3. Uji Regresi Linear Berganda	42
4. Uji Kecocokan Model.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Hasil Penelitian.....	50
1. Gambaran Umum tetntang BRILink.....	50
2. <i>Response Rate</i>	51
3. Karakteristik Responden.....	52
4. Analisis Data.....	55
5. Uji Instrumen Data	62
6. Uji Asumsi Klasik	65
7. Analisis Regresi Linear Berganda	68
8. Uji Kecocokan Model.....	70
9. Rekapitulasi Hasil Penelitian	75
B. Pembahasan	76

1. Pengaruh <i>Word of mouth</i> , kualitas pelayanan dan <i>brand image</i> terhadap loyalitas pelanggan.....	76
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.	78
3. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap loyalitas pelanggan.	79
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Keterbatasan	80
C. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	29
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 untuk uji F.....	45
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 untuk uji t.....	46
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis Kedua.....	47
Gambar 3.4 Kurva Uji Hipotesis Ketiga.....	48
Gambar 3.5 Kurva Uji Hipotesis keempat.....	49
Gambar 4.1 Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	73
Gambar 4.2 Kurva Uji Hipotesis Ketiga.....	74
Gambar 4.3 Kurva Uji Hipotesis Keempat.....	75



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Aset Bank Terbanyak Di Indonesia.....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	34
Tabel 3.2 Definisi Operasional	36
Tabel 4 1 <i>Response Rate</i>	51
Tabel 4 2 Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4 3 Domisili Responden	52
Tabel 4 4 Tabel Usia Responden.....	53
Tabel 4 5 pekerjaan Responden.....	54
Tabel 4 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Word Of Mouth</i>	55
Tabel 4 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel 4 8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	59
Tabel 4 9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	61
Tabel 4 10 Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i>	63
Tabel 4 11 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	63
Tabel 4 12 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	63
Tabel 4 13 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4 16 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4 18 Hasil Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel 4 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 4 20 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4 21 Rangkuman Hasil Penelitian	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner	85
Lampiran 2: Data Deskripsi Responden	96
Lampiran 3: Hasil Statistik Deskriptif Analisis	110
Lampiran 4 : Data Mentah Kuisisioner	112
Lampiran 5 : Analisis Statistik Deskriptif	128
Lampiran 6: Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	130
Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik	134
Lampiran 8 : Hasil Analisis Regresi Berganda Dan Uji T	136
Lampiran 9 : Uji Kecocokan Model	137
Lampiran 10 : r Tabel	138
Lampiran 11: f Tabel	142
Lampiran 12: r Tabel	145

