

**ANALISIS TERHADAP WORD OF MOUTH DENGAN  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING DI FEB UPN ‘VETERAN’ JAWA TIMUR**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen



Disusun Oleh:

AMYRUL MUKMININ

1612010052/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2021**

**SKRIPSI**


**ANALISIS TERHADAP WORD OF MOUTH DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI FEB UPN  
'VETERAN' JAWA TIMUR**

disusun Oleh :

AMYRUL MUKMININ  
1612010052/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Pada Tanggal : 20 Januari 2021

Pembimbing Utama



Dra. Ec. Luky Susilowati, MP  
NIP. 195602171988032001

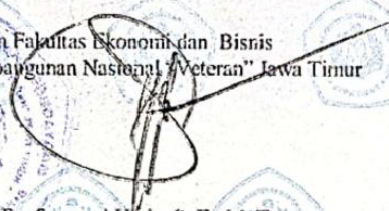
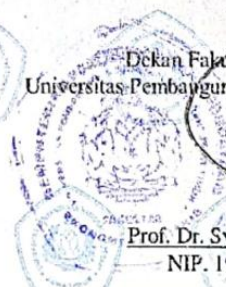
Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Setiastri Prayuni, S. E., M. M.  
NIP. 196206161989032001

Mengetahui

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



Prof. Dr. Syamsul Huda, S. E., M. T.  
NIP. 195908281990031001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunianya serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga dapat terselesaikannya usulan penelitian ini dengan judul **“ANALISIS TERHADAP WORD OF MOUTH DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI FEB UPN ‘VETERAN’ JAWA TIMUR”**

Usulan penelitian ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah yang telah memberikan segala kelancaran serta perlindungan selama proses penyusunan penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Akhmad Fauzi, M. MT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Ibu Dra.Ec.Sulastri Irbayuni, M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
5. Ibu Dra.Ec.Luky Susilowati,MP, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan penelitian ini.
6. Bapak dan Ibu dosen program studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan.
7. Orang tua saya tercinta yang memberikan perhatian, doa, dukungan,

pengorbanan dan cinta serta kasih sayang.

8. Keluarga besar manajemen 2016 yang mendukung dan menyemangati saya dalam proses penyusunan penelitian ini.
9. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya penelitian ini.

Dalam penulisan penelitian ini disadari bahwa masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan penelitian ini serta bermanfaat bagi saya, pembaca dan bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 2 November 2020

Penulis

Amyrul Mukminin

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
ABSTRAKSI .....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 Kualitas Layanan.....	10
2.2.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan.....	11
2.2.1.2 Manfaat Layanan .....	11
2.2.1.3 Indikator Pengukuran Kualitas Layanan.....	12
2.2.2 Kepuasan Pelanggan .....	17
2.2.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2.2.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2.2.3 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	19
2.2.3 Word of Mouth (WOM) .....	21
2.2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Word of Mouth(WOM).....	21
2.2.3.2 Manfaat <i>Word of Mouth</i> (WOM) .....	22
2.2.3.3 Indikator <i>Word of Mouth</i> (WOM) .....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	25
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	25
2.3.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap WOM.....	27

2.4 Kerangka Konseptual .....	28
2.5 Hipotesis.....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Definisi Operasional, Indikator, dan Dimensi.....	30
3.1.1 Pengukuran Variable.....	33
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel .....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data .....	36
3.3.3 Pengumpulan Data.....	36
3.3.1 PLS.....	36
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	37
3.4.1 Teknik Analisis Data .....	37
3.4.2 Model Indikator Reflektif dan Indikator Formatif .....	38
3.4.2.1 Model Indikator Reflektif .....	38
3.4.2.2 Model Indikator Formatif .....	41
3.4.3 Pengukuran Metode <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	44
3.4.4 Langkah-langkah <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	44
3.4.5 Asumsi <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	50
3.4.6 Ukuran Sampel .....	50
3.4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
3.5 Model Kerangka Konseptual.....	53
<b>BAB IV .....</b>	<b>54</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Definisi Objek Penelitian .....	54
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	54
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56

4.3 Deskripsi Variabel.....	57
4.3.1 Deskripsi Hasil Variabel Kualitas Layanan (X) .....	57
4.3.2 Deskripsi Hasil Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) .....	59
4.3.3 Deskripsi Hasil Variabel <i>Word Of Mouth</i> (Y).....	60
4.4 Analis Data.....	62
4.4.1 Evaluasi Outlier .....	62
4.4.2 Interpretasi Hasil PLS .....	63
4.4.2.1 Pengujian Model pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	63
4.4.2.2 Analisis Model PLS .....	71
4.4.2.3 Evaluasi Pengujian Struktur Model( <i>Inner Model</i> ).....	72
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	75
4.5.1 Pengaruh Kualitas Layanan (X) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) ...	75
4.5.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap <i>Word of Mouth</i> (Y).....	76
4.5.3 Pengaruh Kualitas Layanan (X) Terhadap <i>Word Of Mouth</i> (Y).....	77
BAB V.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2    Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Principal Factor (reflective) Model.....	30
Gambar 3.2 Composite Latent Variable (formative) Model.....	42
Gambar 4.1 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	71



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Index Kategori Jasa Pengiriman.....	3
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Layanan(X).....	57
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan(Z).....	59
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Word Of Mouth</i> (Y).....	60
Tabel 4.5 Uji Outlier.....	63
Tabel 4.6 Outlier Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	63
Tabel 4.7 Average Variance Extracted.....	66
Tabel 4.8 Cross Loading.....	67
Tabel 4.9 Composite Reliability.....	69
Tabel 4.10 Latent Variable Correlations.....	70
Tabel 4.11 R-square.....	73
Tabel 4.12 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values).....	74

## **ABSTRAKSI**

### **ANALISIS TERHADAP WORD OF MOUTH DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI FEB UPN 'VETERAN' JAWA TIMUR**

**AMYRUL MUKMININ**  
**1612010052/FEB/EM**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana cara mengelola kualitas layanan untuk membangun *Word Of Mouth* pada pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan di FEB UPN 'Veteran' Jawa Timur.

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa FEB UPN 'Veteran' Jawa Timur yang pernah memakai jasa pengiriman TIKI. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling, yaitu sampel dipilih berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Sampel yang diambil adalah sebesar 90 responden. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah PLS.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif dan non signifikan terhadap *Word Of Mouth*, Kepuasan Pelanggan bukan merupakan variabel intervening, dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Word Of Mouth*.

Kata kunci: *word of wouth*, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan