

SKRIPSI

**PERAN KEPERCAYAAN PELANGGAN MEMEDIASI PENGARUH
KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN, DAN *ELECTRONIC*
WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Pada Pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Surabaya)

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Diajukan Oleh :

AVRIL ANGESTI ARYA PUTRI

NPM : 21420078

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PERAN KEPERCAYAAN PELANGGAN MEMEDIASI PENGARUH
KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN, DAN *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Pada Pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Surabaya)

Diajukan Oleh :

AVRIL ANGESTIARYA PUTRI

NPM : 21420078

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si.

Januari 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM.

15 Januari 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERAN KEPERCAYAAN PELANGGAN MEMEDIASI PENGARUH
KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN, DAN *ELECTRONIC*
WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Pada Pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur)

Diajukan Oleh :

AVRIL ANGESTI ARYA PUTRI

NPM : 21420078

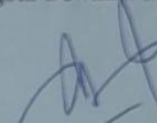
SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si

Anggota Dewan Penguji Lain



Atty Erdiana, SE., M.Ak



Giyana, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini terbukti terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Avril Angesti Arya Putri

21420078

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma. Skripsi ini berjudul PERAN KEPERCAYAAN PELANGGAN MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, VALUE PELANGGAN, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Ikan Bakar Cianjur Surabaya).

Skripsi ini juga di dukung oleh adanya dorongan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr .Sp.THT-KL (K),FICS
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya bapak Gimanto Gunawan, MM., M.Ak.
3. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya bapak Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM.

4. Dosen pembimbing skripsi saya ibu Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si yang sangat sabar memberi arahan dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen wali saya ibu Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si yang telah memberi arahan selama perkuliahan ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberi saya ilmu dan pelajaran yang sangat bermanfaat.
7. Keluarga saya tercinta Ayah, Mama, dan Adik yang dengan tulus memberi saya semangat, memberi dukungan secara moril dan materil, serta memberikan doa yang tiada henti, serta kasih sayang yang tulus selama ini.
8. Achmad Zidan Agil Riyadi yang selalu menjadi *moodboster* dikala saya suntuk mengerjakan skripsi, selalu memberi semangat, dan menghibur saya.
9. Teman-teman kuliah saya Nisa, Suryani, dan Adel yang selalu menemani saya saat saya kesusahan mengerjakan skripsi.
10. Teman-teman kabinet Inspirasi Sinergi BEM UWKS 2024-2025 terima kasih atas kerja samanya dan sukses selalu untuk periode satu tahun kedepan.
11. Seluruh keluarga besar saya yang ada di Pakis dan sekitarnya yang telah merangkul saya selama saya mengerjakan skripsi.

12. Tentunya terima kasih untuk diri saya sendiri karena telah berjuang sampai di titik ini melawan ego dan *mood* yang sering naik turun selama pengerjaan skripsi ini.

Semoga semua kebaikan mereka diberika balasan oleh Allah SWT.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis bersedia untuk diberikan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini bermanfaat bagi semua orang yang membacanya.

Surabaya, 3 Januari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Avril', with a stylized, cursive script.

Avril Angesti Arya Putri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan *electronic word of mouth* (EWOM) terhadap loyalitas pelanggan dengan peran kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode analisis jalur (path analysis). Data diperoleh dari 120 responden pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Surabaya yang pernah melakukan kunjungan lebih dari dua kali. Variabel penelitian meliputi kualitas pelayanan, nilai pelanggan, EWOM, kepercayaan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan EWOM secara signifikan mempengaruhi kepercayaan pelanggan. Selain itu, kepercayaan pelanggan terbukti menjadi mediasi yang signifikan dalam hubungan antara variabel independen dengan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga mengungkapkan pentingnya kualitas pelayanan dan EWOM sebagai pendorong utama loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pelanggan. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dalam bidang pemasaran jasa serta manfaat praktis bagi pengelola rumah makan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Electronic Word of Mouth (EWOM), Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*

ABSTRACT

This study examines the effect of service quality, customer value, and electronic word of mouth (EWOM) on customer loyalty with the role of customer trust as a mediating variable. A quantitative approach was used with the path analysis method. Data were obtained from 120 respondents of Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Surabaya customers who had visited more than twice. The research variables include service quality, customer value, EWOM, customer trust, and customer loyalty. The results showed that service quality, customer value, and EWOM significantly affect customer trust. In addition, customer trust proved to be a significant mediator between independent variables and customer loyalty. This study also revealed the importance of service quality and EWOM as the main drivers of customer loyalty through customer trust. These findings provide theoretical contributions in the field of service marketing as well as practical benefits for restaurant managers in increasing customer loyalty through marketing strategies.

Keywords: Service Quality, Customer Value, Electronic Word of Mouth (EWOM), Customer Trust, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.1.1 Indikator Kualitas Pelayanan	14
2.1.2 Nilai Pelanggan.....	15
2.1.2.1 Indikator Nilai Pelanggan	16
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i>	17
2.1.3.1 Indikator Electronic Word of Mouth (EWOM)	17
2.1.4 Kepercayaan Pelanggan.....	18
2.1.4.1 Indikator Kepercayaan Pelanggan	19
2.1.5 Loyalitas Pelanggan.....	20
2.1.5.1 Indikator Loyalitas Pelanggan	21
2.2 Penelitian Sebelumnya	22
2.3 Kerangka Berfikir	36
2.4 Pengembangan Hipotesis	37

2.4.1	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepercayaan Pelanggan	37
2.4.2	Hubungan Nilai Pelanggan dengan Kepercayaan Pelanggan	38
2.4.3	Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Kepercayaan Pelanggan	39
2.4.4	Hubungan Kepercayaan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	40
2.4.5	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan	41
2.4.6	Hubungan Nilai Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	43
2.4.7	Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Loyalitas Pelanggan ...	43
2.4.8	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan dengan Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan	44
2.4.9	Hubungan Nilai Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan dengan Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan	45
2.4.10	Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Loyalitas Pelanggan dengan Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....		47
3.1	Pendekatan Penelitian.....	47
3.2	Populasi dan Sampel	47
3.2.1	Populasi	47
3.2.2	Sampel.....	47
3.3	Identifikasi Variabel.....	48
3.4	Definisi Operasional.....	49
3.5	Jenis dan Sumber Data Penelitian	56
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	58
3.7	Teknik Analisis Data.....	58
3.7.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
3.7.2	Uji <i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur).....	59
3.7.3	Uji Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)	60
3.7.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60
3.7.5	<i>Goodness of Fit (GoF)</i>	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		62
4.1	Gambaran Umum Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur di Surabaya	62
4.2	Hasil Penelitian.....	62

4.3	Deskripsi Data Penelitian	65
4.3.1	Kualitas Pelayanan (X1).....	65
4.3.2	Nilai Pelanggan (X2).....	66
4.3.3	Electronic Word of Mouth (X3).....	68
4.3.4	Loyalitas Pelanggan (Y1)	69
4.3.5	Kepercayaan Pelanggan (Z1).....	71
4.4	Analisis Data Hasil Penelitian	72
4.5	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	72
4.5.1	Uji Validitas.....	72
4.5.2	Uji Reliabilitas	79
4.6	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	80
4.6.1	Koefisien Determinasi (R²)	81
4.6.2	<i>Path Analysis</i> (Analisis Path)	82
4.6.3	Uji Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)	84
4.7	Goodness of Fit (GoF)	86
4.8	Pembahasan	89
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	96
5.1	Simpulan Penelitian	96
5.2	Keterbatasan Penelitian	99
5.3	Saran Penelitian	99
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	110

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia Responden	63
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pernah atau Tidak Pernah Mengunjungi Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Surabaya	64
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Banyaknya Kunjungan.....	64
Tabel 4. 5 Tanggapan Data Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X1) .	65
Tabel 4. 6 Tanggapan Data Responden Pada Variabel Nilai Pelanggan (X2).....	66
Tabel 4. 7 Tanggapan Data Responden Pada Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3).....	68
Tabel 4. 8 Tanggapan Data Responden Pada Variabel Loyalitas Pelanggan (Y1)	69
Tabel 4. 9 Tanggapan Data Responden Pada Variabel Kepercayaan Pelanggan (X2).....	71
Tabel 4. 10 <i>Loading Factor Indicator</i>	73
Tabel 4. 11 <i>Loading Factor</i> Hasil Olah Data II.....	74
Tabel 4. 12 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	75
Tabel 4. 13 <i>Cross Loading</i>	76
Tabel 4. 14 Akar AVE	77
Tabel 4. 15 <i>Composite Reliability (CR)</i> dan <i>Cronbach's Alpha (CA)</i>	79
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi (R^2).....	81
Tabel 4. 17 <i>Path Coefficients</i>	82

Tabel 4. 18 Mediasi.....	85
Tabel 4. 19 <i>Goodness of Fit</i>	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 4. 1 Model Struktural Pengukuran I.....	80
Gambar 4. 2 Model Struktural Pengukuran II.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER	111
LAMPIRAN 2 OUTER MODEL	117
LAMPIRAN 3 INNER MODEL	119
LAMPIRAN 4 GOODNESS OF FIT	121
LAMPIRAN 5 TABULASI DATA RESPONDEN	122