

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*
DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN
TERHADAP *WORD OF MOUTH*
(Survey Pada Konsumen Sang Pisang di Kota Malang)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



MOH NASIR MU'MIN

NIM 2013.69.10.0020

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2019

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word Of Mouth (Survey Pada Konsumen Sang Pisang Di Kota Malang)**

Disusun oleh : **Moh Nasir Mu'min**

NIM : 2013.69.10.0020

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

Didepan tim penguji

Pasuruan, 24 September 2019

Menyetujui

Pembimbing,



Kaprodi,

Nur Ajizah, S.Sos, M.AB
NIDN.069.15.02.001



Nur Ajizah, S.Sos, M.AB
NIDN.069.15.02.001

LEMBAR PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN
PADA :

HARI : Selasa

TANGGAL : 24 September 2019

JAM : 12.00

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE
DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP WORD
OF MOUTH (Survey Pada Konsumen Sang Pisang di Kota
Malang)**

DINYATAKAN LULUS

Ketua Penguji

Any Urwatul Wusko., S.sos M.AB
NIDN. 069.11.03.037

Anggota

Miftahul Huda, S.Sos. M.AB
NIP. Y 069.15.08.056

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Any Urwatul Wusko., S.sos M.AB
NIDN. 069.11.03.037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : MOH NASIR MU'MIN

NIM : 2013.691.000.20

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, menggunakan referensi yang jelas dan bukan merupakan pengambilan karya tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau fikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Demikian pernyataan ini kami buat sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun

Pasuruan 24 September 2019

g menyatakan

Moh Nasir Mu'min
NIM.2013.69.10.00.20

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Sujud syukurku kusembahkan kepadaMu Ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dalam meraih cita-cita saya.

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk, Ayahanda ...

Terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar ini. Lalu teruntuk Bunda, terima kasih juga atas limpahan doa yang tak berkesudahan. Serta segala hal yang telah Bunda lakukan, semua yang terbaik.

Terima kasih selanjutnya untuk kakak-kakak saya yang luar biasa, dalam memberi dukungan dan doa yang tanpa henti. Mbak Rohmatul Uma, Mbak Jumroti To'ati, Mbak Mafa Idza Chusna, dan Adik saya Izda Rahma Ramadhani yang selama ini sudah menjadi penopang baik moril maupun materiil sekaligus sahabat bagi saya. Kalian adalah tempat saya berlari ketika saya merasa butuh bantuan dan tempat saya berkeluh kesah.

Terima kasih juga yang tak terhingga untuk para dosen pembimbing dan para dosen di Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan. Terima kasih juga untuk semua teman yang mendukung keberhasilan skripsi saya terkhusus Mas Alfiyan Arif yang sangat berperan dalam proses penyelesaian Skripsi ini dan kepada pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Untuk semua pihak yang saya sebutkan, terima kasih atas semuanya. Semoga Tuhan senantiasa membalas setiap kebaikan kalian. Serta kehidupan kalian semua juga dimudahkan dan diberkahi selalu oleh Allah SWT.

Saya menyadari bahwa hasil karya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, tetapi saya harap isinya tetap memberi manfaat sebagai disiplin keilmuan dan pengetahuan bagi para pembacanya.

MOTTO

“Seandainya perkataan setiap orang itu jujur dan amalannya baik, ia bisa saja menjadi orang yang merugi.” Orang-orang berkata, “Bagaimana bisa merugi?” Hasan al-Bashri menjawab, “Ia merugi ketika ia kagum dengan dirinya sendiri.”

- Hasan Al-Bashri -

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Moh Nasir Mu'min, Lahir pada tanggal 26 Oktober 1994, di Sidoarjo Jawa Timur. Penulis Merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Thohir Rosyady dan Ibu Kustining.

Penulis pertama kali masuk pendidikan Formal di SDN Jimbaran Wetan, Wonoayu, Sidoarjo pada tahun 2001 dan tamat pada tahun 2006. Setelah tamat SD, Penulis melanjutkan SLTP di SMP DHARMA WANITA 17 Wonoayu Sidoarjo setelah tamat di SLTP penulis melanjutkan ke MA Darut Taqwa Purwosari Pasuruan dan tamat pada tahun , dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Yudharta Pasuruan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik pada Jurusan Administrasi Bisnis melalui seleksi pendaftaran mahasiswa baru di Universitas Yudharta tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word Of Mouth (Survey Pada Konsumen Sang Pisang Di Kota Malang)”** Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak.

1. Romo Kyai Soleh Bahruddin Selaku Pengasuh Pondok Pesantren Ngalah yang selalu mendoakan untuk kesuksesan peneliti
2. Bapak Dr. Kholid Murtadlo, SE., ME selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
5. Ibu Nur Ajiyah S.Sos,M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, memberi semangat dan dorongan kepada penulis dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
6. Gerai Sang Pisang Malang yang telah mengizinkan penulis melakukan kegiatan penelitian.
7. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh hingga saat ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Pasuruan 24 September 2019

ABSTRAK

Moh Nasir Mu'min : 2013.69.10.00.20. Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word Of Mouth (Survey Pada Konsumen Sang Pisang Di Kota Malang). Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Yudharta Pasuruan. Dosen Pembimbing Nur Ajizah, S.Sos.,M.AB

Kata Kunci : *Word Of Mouth* (WOM), Kualitas Produk, *Brand Image*, Kepercayaan Pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap *Word Of Mouth* (WOM). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dibantu pengolahannya dengan program SPSS (*statistical package for social sciences*) versi 22 sehingga diperoleh data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Sang Pisang Malang. Teknik penentuan sampel dilakukan dengan sensus dan cara pengumpulan data peneliti menggunakan kuisioner. Variabel independen dalam penelitian ini adalah, yaitu *Word Of Mouth* (WOM). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Kepercayaan Pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap *Word Of Mouth* (WOM) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai $0,000 <$ dari signifikansi yg di gunakan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan.

ABSTRACT

Moh Nasir Mu'min: 2013.69.10.00.20. The Influence of Product Quality, Brand Image and Customer Confidence in Word of Mouth (Survey of Banana Customers in Malang City). Business Administration Study Program Faculty of Social and Political Sciences, University of Yudharta Pasuruan. Supervisor Nur Ajizah, S. Sos., M.AB

Keywords: Word of Mouth (WOM), Product Quality, Brand Image, Customer Trust.

The purpose of this study is to analyze and determine the effect of Product Quality, Brand Image, and Customer Trust in Word of Mouth (WOM). This type of research used in this study is multiple linear regression assisted processing with the SPSS (statistical package for social sciences) version 22 program in order to obtain primary data. The population in this study is Malang Banana Consumers. The technique of determining the sample is done by census and the way the researcher collected data using a questionnaire. The independent variable in this study is, Word of Mouth (WOM). While the dependent variables in this study are Product Quality, Brand Image, and Customer Trust.

The results of this study indicate that simultaneously Product Quality, Brand Image, and Customer Trust on Word of Mouth (WOM) have a positive and significant effect with a value of $0,000 < \text{of significance used in } 0.05$, it can be concluded that there is a positive and significant influence.

KATA PENGANTAR

Salam Hormat,

Alhamdulillah segala rasa puja dan puji syukur kami haturkan hanya kepada Allah SWT. Tiada kuasa otak ini berfikir, tiada kuasa hati ini berdzikir, dan tiada kuasa tangan ini mengetik, tanpa kekuasaan-Nya. Tuhan pemilik ilmu pengetahuan. Tuhan segala makhluk, Tuhan Maha Pengasih dan Maha Penyayang, berkat Taufiq, hidayah, dan inayah-Mu. Kami bisa menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini.

Untaian sholawat dan salam, kami haturkan kepada junjungan umat islam, sang pujaan hati dambaan jiwa beliau Nabi besar Muhammad SAW. Nabi pembawa risalah yang baik, Nabi pembawa kabar gembira dan peringatan, Utusan sebagai penyempurna akhlakul karimah, Utusan sebagai pembawa rahmat bagi seluruh alam, yakni Addinul Islam Wal Iman.

Dengan mengucapkan Alhamdulillah skripsi ini telah selesai dengan baik dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word Of Mouth (Survey Pada Konsumen Sang Pisang Di Kota Malang)”**

Pasuruan 24 September 2019

penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR KEASLIAN TULISAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
UCAPAN TERIMAKASIH	viii
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kajian Teoritik	13
2.2.1 Pengertian Pemasaran	13
2.2.2 Fungsi Pemasaran	14
2.2.3 Konsep Pemasaran	14

2.2.4 Kualitas Produk	15
2.2.5 Dimensi Kualitas Produk	17
2.2.6 Brand Image	18
2.2.7 Komponen Brand Image	20
2.2.8 Kepercayaan Pelanggan	21
2.2.9 Indikator Kepercayaan Pelanggan	22
2.2.10 Word Of Mouth	22
2.3 Hubungan antar variabel	24
2.3.1 Hubungan Variabel Kualitas Produk Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	24
2.3.2 Hubungan Variabel <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	25
2.3.3 Hubungan Variabel kepercayaan pelanggan terhadap <i>Word of Mouth</i>	26
2.4 Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis penelitian	29
3.2 Lokasi Penelitian	29
3.3 Populasi	30
3.4 Sampel	30
3.5 Variabel Penelitian	32
3.5.1 Variabel Bebas (Indendent)	32
3.5.2 Variabel Terikat (Dependen)	32
3.6 Definisi Operasional Variabel	32
3.6.1 Kualitas Produk	33
3.6.2 Brand Image	33
3.6.3 Kepercayaan Pelanggan	34
3.6.4 Word of Mouth	34
3.7 Jenis Sumber Data dan Pelaksanaan	36
3.7.1 Sumber Data	36
3.7.2 Instrumen Penelitian	36

3.8 Teknik Pengumpulan Data	38
3.8.1 Kuesioner	38
3.9 Uji Validitas dan Reabilitas	39
3.9.1 Uji Validitas	39
3.9.2 Uji Reabilitas	39
3.10 Uji Asumsi Klasik	40
3.10.1 Uji Normalitas	40
3.10.2 Uji Heteroskedastisitas	40
3.10.3 Uji Autokorelasi	40
3.11 Metode Analisis Data	41
3.11.1 Analisis Statistik Deskriptif	41
3.11.2 Analisis Statistik Inferensial	41
3.12 Uji Hipotesis	42
3.12.1 Uji Parsial (T)	42
3.12.2 Uji Simultan (F)	43
3.12.3 Koefisien Determinan R	44
 BAB IV HASIL PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Gerai Sang Pisang Malang	45
4.1.1 Sejarah Berdirinya Gerai Sang Pisang Malang	45
4.2.1 Visi dan Misi	46
4.2 Gambaran Umum Responden	46
4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Umur	47
4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	48
4.2.4 Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan	49
4.2.5 Klaisifikasi Responden Berdasarkan Informasi yang didapat	50
4.3 Uji Instrumen	51
4.3.1 Uji Validitas	51

4.3.2 Uji Reabilitas	52
4.4 Uji Asumsi Klasik	53
4.4.1 Uji Linieritas	53
4.4.2 Uji Normalitas	54
4.5 Deskripsi Frekuensi Variabel	56
4.5.1 Variabel Kualitas Produk.....	57
4.5.2 Variabel Brand Image	59
4.5.3 Variabel Kepercayaan Pelanggan	62
4.5.4 Variabel Word of Mouth	64
4.6 Hasil analisis Linier Berganda	65
4.7 Pengujian Hipotesis	67
4.8.1 Pengujian Hipotesis 1	67
4.8.2 Pengujian Hipotesis 2	68
4.8.3 Pengujian Hipotesis 3	69
4.8.4 Pengujian Hipotesis 4	70
4.8 Uji Koefisien Determinan	71
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	72
4.9.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Word of Mouth	72
4.9.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Word of Mouth	73
4.9.3 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word of Mouth	73
4.9.4 Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Word of Mouth	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan dan Saran	76
5.2 Saran	76
5.2.1 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	76
5.2.3 Saran Untuk Gerai Sang Pisang Malang	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Ringkasan Variabel, Indikator, Item	35
Tabel 3.2 Distribusi Skor Jawaban Kuesioner Kinerja	38
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden berdasarkan jenis kelamin	47
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Umur	48
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	42
Tabel 4.4 Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Informasi yang didapat	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas.....	54
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.10 Distribusi jawaban Responden pada variabel Kualitas Produk	57
Tabel 4.11 Distribusi jawaban Responden variabel Brand Image	59
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Pelanggan	62
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Variabel Word of Mouth	64
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis 1.....	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis 2.....	69
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis 3	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (F)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	56