

***Pengaruh Brand Image, Electronic Word Off Mouth Dan
Consumer Satisfaction Terhadap Pembelian Ulang Dawet Jabung
Di Kabupaten Ponorogo***



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Pada Program Studi**

Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Ocaria Agustin

NIM : 17414343

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

**Pengaruh *Brand Image*, *Electronic Word Off Mouth* Dan
Consumer Satisfaction Terhadap Pembelian Ulang Dawet Jabung
Di Kabupaten Ponorogo**



**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Pada Program Studi**

Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Ocaria Agustin

NIM : 17414343

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : “Pengaruh *Brand Image*, *Electronic Word Off Mouth* Dan *Consumer Satisfaction* Terhadap Pembelian Ulang Dawet Jabung Di Kabupaten Ponorogo”.

Nama : Ocaria Agustin

NIM : 17414343

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 04 Agustus 1998

Progam Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat diujikan guna

Memperoleh Gelar Sarjana Progam Stara Satu (S-1)

Pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 27 Juli 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom

NIDN. 0025057401

Siti Chamidah, S.E., M. Si

NIDN. 0019057101

Mengetahui : Dekan
Fakultas Ekonomi

Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si.

NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji I

Dosen Penguji
Dosen Penguji II

Dosen Penguji III

Dr. Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom

NIDN.0025057401

Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si.

NIDN.0008057601

Drs. Sujono, MM

NIDK.8974450022

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang betanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis si suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, krcuali ynag tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 27 Juli 2023



Ocaria Agustin

Nim.17414343

Motto

“Tidak masalah orang lain memandangmu seperti apa. Yang lebih tau dan paham potensi kita adalah diri sendiri “

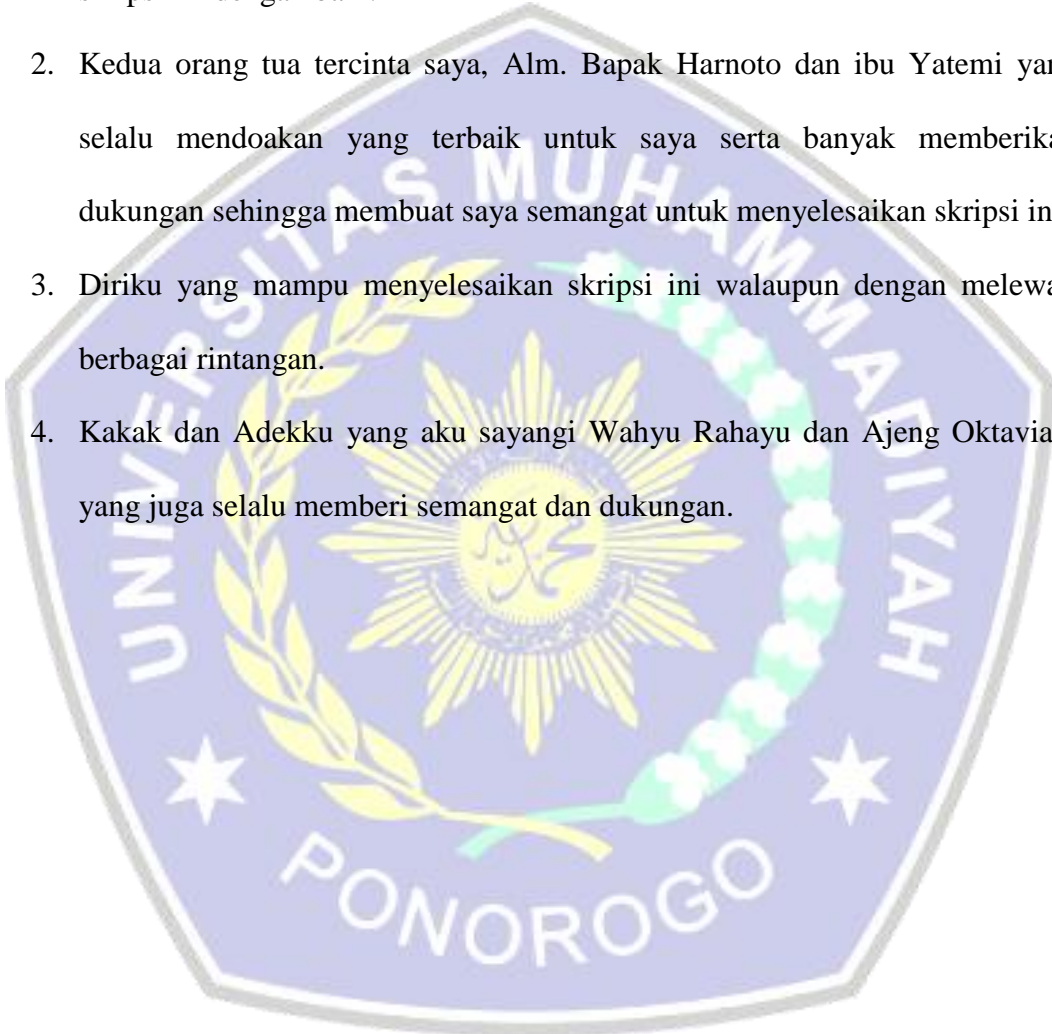
“Lambat bukan berarti tertinggal, Cepat bukan berarti hebat”



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang tak terhitung atas nikmat dan ridho-Nya yang senantiasa memberikan kekuatan, kemampuan serta kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta saya, Alm. Bapak Harnoto dan ibu Yatemi yang selalu mendoakan yang terbaik untuk saya serta banyak memberikan dukungan sehingga membuat saya semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Diriku yang mampu menyelesaikan skripsi ini walaupun dengan melewati berbagai rintangan.
4. Kakak dan Adekku yang aku sayangi Wahyu Rahayu dan Ajeng Oktaviani yang juga selalu memberi semangat dan dukungan.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan semua rahmat dan karunia-Nya sehingga atas ridho-Nya dengan segala kemampuan dan kesungguhan hati, dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul : “ Pengaruh *Brand Image, Electronic Word Off Mouth Dan Consumer Satisfaction* Terhadap Pembelian Ulang Dawet Jabung Di Kabupaten Ponorogo”. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan tugas akhir perkuliahan pada program Strata 1 (S-1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam skripsi ini, Penulis menyadari bahwa banyak kesulitan yang dihadapi, akan tetapi berkat bantuan serta dorongan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maka dari itu Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak dan ibu penulis yang selalu mendoakan serta mendukung untuk mengerjakan skripsi
2. Bapak Dr. Happy Susanto, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Drs. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

5. Bapak Dr. Heri Wijayanto, St., MM., M.Kom dan Siti Chamidah, S.E,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing sampai selesainya skripsi ini dengan penuh kesabaran serta ketulusan hati yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk sehingga menyusun skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh dosen fakultas ekonomi universitas muhammadiyah ponorogo, yang telah memberikan ilmu kepada saya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan – kekurangan maka penulis sangat mengharapkan saran maupun kritik yang membangun dari kesempurnaan laporan penyusunan skripsi ini,

Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Ponorogo 27 Juli 2023


Ocaria Agustin

NIM.17414343

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KODE ETIK.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. LANDASAN TEORI	8
1. Pengertian Manajemen.....	8
2. Pengertian Pemasaran.....	8
3. Fungsi Pemasaran	9
4. Bauran Pemasaran.....	11
B. Perilaku Konsumen.....	13
C. <i>Brand Image</i>	15
D. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	18

E. <i>Consumer Satisfaction</i> atau Kepuasan konsumen	22
F. Keputusan pembelian ulang.....	24
G. Penelitian Terdahulu	27
H. Kerangka Konseptual.....	28
I. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Ruang Lingkup Peneleitian	32
B. Populasi dan Sampel	32
C. Metode Pengambilan Data.....	34
D. Definisi operasional variabel	36
E. Metode analisis Data.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Penelitian	46
B. Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 2 Skala Likert.....	35
Tabel 3 Responden berdasarkan Jenis <i>Gender</i>	47
Tabel 4 Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	47
Tabel 5 Kriteria Deskripsi Variabel Penelitian.....	48
Tabel 6 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	49
Tabel 7 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	50
Tabel 8 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Consumer Satisfaction</i>	51
Tabel 9 Tanggapan Responden terhadap Variabel Pembelian Ulang.....	52
Tabel 10 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 12 Hasil Analisis Linier Berganda.....	56
Tabel 13 Hasil Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 14 Hasil Uji t terhadap Pembelian Ulang	60
Tabel 15 Hasil Uji F.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 2 Derah Penolakan H_0 dan Penerimaan H_a X_1 terhadap Y	61
Gambar 3 Derah Penolakan H_0 dan Penerimaan H_a X_2 terhadap Y	61
Gambar 4 Derah Penolakan H_0 dan Penerimaan H_a X_3 terhadap Y	62
Gambar 5 Kurva Uji F_1	63

