

***E-SERVICE QUALITY, CITRA PERUSAHAAN DAN
EXPERIETAL MARKETING: FAKTOR UTAMA DALAM
MENINGKATKAN WORD OF MOUTH PADA MITRA
PEMBIAYAAN BMD SYARIAH SUMOROTO***



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 : Arifudin Faris
NIM : 16414296
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2021**

***E-SERVICE QUALITY, CITRA PERUSAHAAN DAN
EXPERIETAL MARKETING: FAKTOR UTAMA DALAM
MENINGKATKAN WORD OF MOUTH PADA MITRA
PEMBIAYAAN BMD SYARIAH SUMOROTO***



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 : Arifudin Faris
NIM : 16414296
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : *E-Service Quality*, Citra Perusahaan dan *Experiential Marketing*: Faktor Utama dalam Meningkatkan *Word Of Mouth* pada Mitra Pembiayaan BMD Syariah Sumoroto

Nama : Arifudin Faris

NIM : 16414296

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 06 September 1991

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 24 Februari 2021

Pembimbing I



Titi Rapini, S.E., M.M
NIDN: 0005056301

Pembimbing II



Adi Santoso, S.E., M.M
NIDN: 0727118803

Mengetahui :
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, M.Si
NIP: 1976058 200501 1 002

Dosen Penguji I



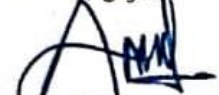
Titi Rapini, S.E., M.M
NIDN: 0005056301

Dosen Penguji II



Dr. Hadi Sumarsono, M.Si
NIDN: 0008057601

Dosen Penguji III



Riawan, S.Pd., MM
NIDN: 0705128502

RINGKASAN

Arifudin Faris (16414296)

Meningkatkan jumlah dana pembiayaan yang disalurkan oleh BMD Syariah menunjukkan bahwa jumlah mitra yang menggunakan produk pembiayaan meningkat. Dimana mayoritas mitra baru yang menggunakan produk pembiayaan merupakan mitra baru yang mendapat informasi dan rekomendasi dari mitra lama. Pemicu dalam keadaan tersebut disinyalir terdapat tiga sebab yaitu *E-Service Quality*, Citra Perusahaan dan *Experiental Marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E – Service Quality*, Citra Perusahaan dan *ExperientalMarketing* terhadap *Word of Mouth* yang terjadi pada mitra pembiayaan BMD Syariah Sumoroto.

Penelitian ini dilakukan pada mitra pembiayaan BMD Syariah Sumoroto yang memiliki populasi sebesar 200 orang dengan sampel yang diambil dengan menggunakan rumus Slovin sehingga ditemukan 135 responden yang digunakan sebagai data primer. Data primer yang didapat diolah menggunakan perangkat lunak SPSS 16.0.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *e-service quality* t hitung sebesar $2,042 > t$ tabel sebesar 1,656 dengan nilai signifikansi $0,043 < 0,05$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, variabel *e-service quality* (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap *word of mouth* (Y) pada mitra pembiayaan BMD Syariah Sumoroto. citra perusahaan t hitung sebesar $2,084 > t$ tabel sebesar 1,656 dengan nilai signifikansi $0,039 < 0,05$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, citra perusahaan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap *word of mouth* (Y) pada mitra pembiayaan BMD Syariah Sumoroto. *Experiental marketing* t hitung sebesar $4,915 > t$ tabel sebesar 1,656 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, *experientalmarketing* (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap *word of mouth* (Y) pada mitra pembiayaan BMD Syariah Sumoroto. ***E-service quality* (X1), citra perusahaan (X2), experiental marketing (X3), secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap work of mouth (Y)** pada mitra pembiayaan BMD Syariah Sumoroto. Hal tersebut dibuktikan dengan F Hitung sebesar $13,55 > F$ Tabel sebesar 2,67 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : *E-Service Quality*, Citra Perusahaan, *Experiental Marketing*, *Work Of Mouth* (Y)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “*E-Service Quality, Citra Perusahaan dan Experiential Marketing: Faktor Utama dalam Meningkatkan Word Of Mouth pada Mitra Pembiayaan BMD Syariah Sumoroto*”.

Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Alm Sugeng Prayitno S.Pd dan Dra. Umi Farida, M.M selaku orang tua yang telah memberikan dukungan materil dan moril.
2. Titis Yuliana Hanifah selaku istri yang telah memeberikan dukungan penuh dalam menyelesaikan skripsi.
3. Titi Rapini SE.,MM selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing selama proses penulisan skripsi.
4. Adi Santoso, SE., MM selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing selama proses penulisan skripsi.
5. Dr. Hadi Sumarsono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kemudahan pada proses kegiatan akademik dan penelitian.
6. Naning Kristiyana,SE., MM selaku Ketua Prodi Menejemen yang telah memberikan kemudahan pada proses kegiatan akademik dan penelitian.
7. Bapak Deny Fajar Rukmana selaku Pimpinan cabang BMD Syariah Sumoroto yang banyak membantu dalam pengambilan data skripsi.
8. Bapak Ilham Immaduddin selaku pimpinan BMD Syariah Indonesia yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
9. Herlin Puji A, Rita Nafisah dan Mujianto selaku rekan kerja di BMD Syariah Sumoroto yang telah membantu dalam proses pengambilan data primer.

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda 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 di suatu Insitusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo,



Arifudin Faris

NIM : 16414296

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Manajemen Pemasaran	8
2. Marketing Mix	10
3. Peran Konsumen dalam Pembelian	15
4. Tahap Keputusan Pembelian	16
5. E-Service Quality	19
6. Citra Perusahaan	20
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Penelitian	25
D. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	28

A. Ruang Lingkup Penelitian	28
B. Populasi dan Smapel Penelitian	28
1. Populasi	28
2. Sampel	28
C. Metode Pengambilan Data	30
1. Data Primer	30
2. Data Sekunder	31
D. Definisi Operasional Variabel	31
E. Metode Analisis Data	32
BAB IV PEMBAHASAN	37
A. Hasil Penelitian	37
1. Profil BMD Syariah	37
2. Visi dan Misi BMD Syariah	38
3. Struktur Organisasi BMD Syariah	40
4. E-Service Quality BMD Syariah Sumoroto	40
5. Citra Perusahaan BMD Syariah Sumoroto	41
6. Experiental Marketing	41
7. Deskripsi Responden	42
8. Tanggapan Responden	47
9. Uji Instrumen	56
10. Analisis Regresi Linier Berganda	58
11. Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	59
12. Uji Hipotesis	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Penggunaan Produk Pembiayaan BMD Syariah Cabang	4
Tabel 2. Daftar Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. Operasional Variabel	31
Tabel 4. Produk BMD Syariah Sumoroto	37
Tabel 5. Responden Berdasarkan Gender	42
Tabel 6. Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 7. Responden Berdasarkan Penghasilan	44
Tabel 8. Responden Berdasarkan Pemakaian Produk	45
Tabel 9. Responden Berdasarkan Rekomendasi	46
Tabel 10. Tanggapan Responden E- Service Quality (X1)	47
Tabel 11. Tanggapan Responden tentang Citra Perusahaan (X2)	49
Tabel 12. Tanggapan Responden tentang Experiential marketing (X3)	52
Tabel 13. Tanggapan Responden tentang Word of Mouth (X4)	54
Tabel 14. Uji Validitas	56
Tabel 15. Uji Reliabilitas	57
Tabel 16. Analisis Linier Berganda	58
Tabel 17. Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	59
Tabel 18. Uji t	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tahap Pengambilan Keputusan	19
Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian	25
Gambar 3. Struktur Organisasi BMD Syariah	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner	71
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden	76
Lampiran 3 Hasil Perhitungan SPSS 16.0	88

