

SKRIPSI

PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL, KUALITAS PELAYANAN, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA WARUNG KOPI CAK KEBO

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Mochtar Luthfi Effendy

17.10411.142

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2021

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mochtar Luthfi Effendy
NIM :1710411142
Prodi : Manajemen

Menyatakan Dengan Sebenar-Benarnya Bahwa Karya Ilmiah Berupa Skripsi Yang Berjudul : Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warung Kopi Cak Kebo; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Juli 2021

Yang menyatakan,



Mochtar Luthfi Effendy
NIM. 17.10.411.142

SKRIPSI

PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL, KUALITAS PELAYANAN, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA WARUNG KOPI CAK KEBO

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

Mochtar Luthfi Effendy

16.10411.056

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Maheni Ika Sari, SE.,MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Dr. Haris Hermawan. MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warung Kopi Cak Kebo, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Mochtar Luthfi Effendy
NIM : 1710411142
Hari :
Tanggal :
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Bayu Wijayantini, SE,MM,
NPK. 197902 1711 00 9661

Anggota 1,



Maheni Ika Sari, SE, MM
NIP. 19770811 2005 01 2001

Anggota 2,



Dr. Haris Hermawan, MM
NPK 19681 0101 50 3640



Maheni Ika Sari, SE, MM
NIP. 19770811 2005 01 2001

Mengesahkan:



Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM
NPK 0714058604

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warung Kopi Cak Kebo ”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku dosen pembimbing I dan Dr. Haris Hermawan, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Bayu Wijyantini, SE, MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2016 dan 2017 yang telah memberikan semangat dan dukungan.

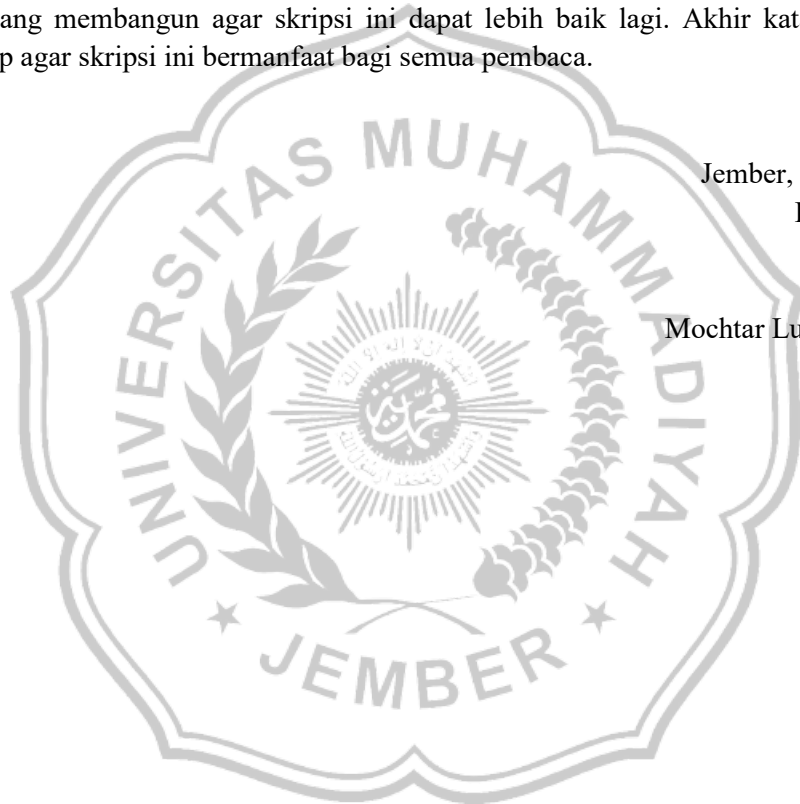
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Juli 2021

Penyusun

Mochtar Luthfi Effendy



MOTTO

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Asy Syarh : 5)

“Berdoalah kepada ku pastilah aku kabulkan untukmu”

(QS. Al Mukmin :60)

“Waktu bagaikan pedang, jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (potong).

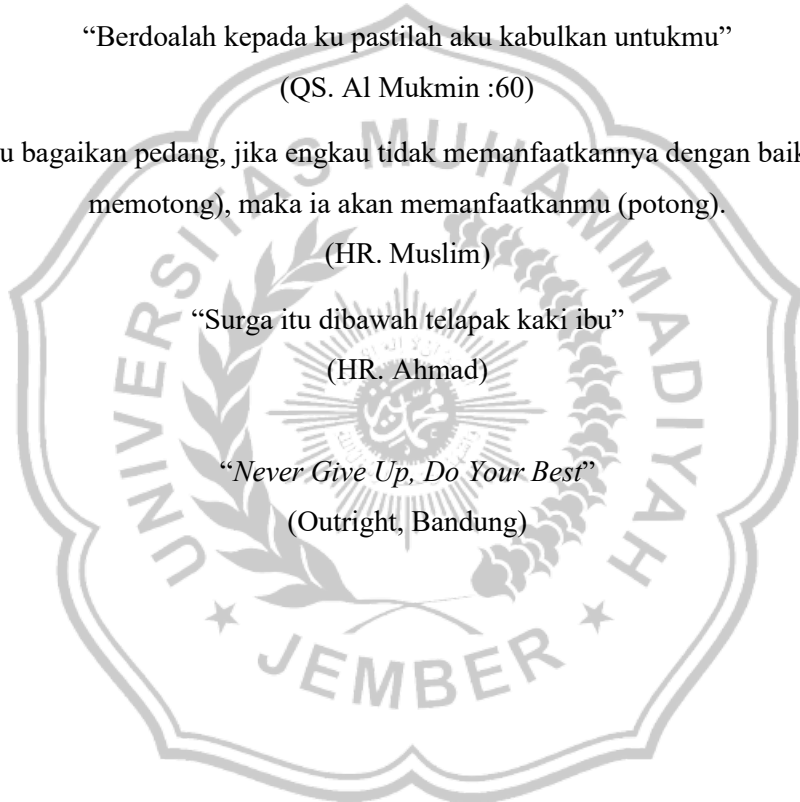
(HR. Muslim)

“Surga itu dibawah telapak kaki ibu”

(HR. Ahmad)

“*Never Give Up, Do Your Best*”

(Outright, Bandung)



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayan, dan Word Of Mouth terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial. Teori yang dipakai pada penelitian ini adalah teori manajemen pemasaran, Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayan, Word Of Mouth, dan Loyalitas Pelanggan. Penelitian dilakukan pada pelanggan Warung Kopi Cak Kebo Jember. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode purposive sampling dengan sampel 100 orang responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (explanatory). Alat uji yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan perangkat lunak SPSS versi 25 sebagai alat bantu perhitungan.

Hasil Kualitas Pelayan, dan Word Of Mouth memiliki nilai positif dan nilai signifikansi yang memenuhi kriteria pengujian. Sedangkan Strategi Promosi Melalui Media Sosial memiliki nilai negatif. Hal ini juga menunjukkan bahwa Kualitas Pelayan, dan Word Of Mouth mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dan Strategi Promosi Melalui Media Sosial tidak mempengaruhi Loyalitas Pelanggan yang berarti semakin baik Kualitas Pelayan, dan Word Of Mouth akan berdampak pada semakin baiknya Loyalitas Pelanggan. Dengan demikian, sebaiknya warung Kopi Cak Kebo lebih memfokuskan pada promosi dengan *word of mouth*. Pendekatan melalui organisasi dan kelompok mahasiswa sebagai agen utama penyebaran word of mouth dan dengan media sosial sebagai alat pendukung, akan lebih berdampak langsung pada pengembangan usaha sehingga lebih menarik perhatian pelanggan baru, sehingga akan dapat meningkatkan minat pelanggan berkunjung dan terjadi pembelian ulang sehingga memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

Kata Kunci: Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayan, Word Of Mouth, dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of Promotion Strategy Through Social Media, Service Quality, and Word Of Mouth on Customer Loyalty partially. The theory used in this research is marketing management theory, Promotion Strategy through Social Media, Service Quality, Word Of Mouth, and Customer Loyalty. The research was conducted on the customers of the Cak Kebo Coffee Shop Jember. This type of quantitative descriptive research using purposive sampling method with a sample of 100 respondents. The nature of the research is explanatory. The test tool used is multiple linear regression, with SPSS software version 25 as a calculation tool.

The results of Service Quality, and Word Of Mouth have positive values and significance values that meet the test criteria. While the Promotion Strategy Through Social Media has a negative value. It also shows that the Quality of Service, and Word Of Mouth affect Customer Loyalty and Promotion Strategy Through Social Media does not affect Customer Loyalty which means improving both the Quality of Service, and Word Of Mouth will have an impact on increasing Customer Loyalty. Thus, the Cak Kebo Coffee shop should be more focused on word of mouth promotion. The approach through student organizations and groups as the main agents for spreading word of mouth and with social media as a supporting tool, will have a more direct impact on business development so that it attracts more attention, so that it will increase customer interest in visiting and repeat purchases so as to obtain results. even better.

Keywords: *Promotion Strategy through Social Media, Service Quality, Word Of Mouth, and Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Pengertian Promosi	8
2.1.3 Bauran Promosi	8
2.1.4 Tujuan Promosi	11
2.1.5 Strategi Promosi	12
2.1.6 Kualitas layanan	13
2.1.7 <i>Word of mouth</i> (WOM)	14
2.1.8 Loyalitas Pelanggan	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Konseptual	19
2.4 Hipotesis	19
2.4.1 Promosi Melalui Media Sosial terhadap Loyalitas Pelanggan untuk pelanggan	19
2.4.2 Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	20
2.4.3 <i>Word Of Mouth</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	20
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Variabel	21
3.1.1 Variabel Bebas (<i>independent variable</i>)	21
3.1.2 Variabel terikat (<i>dependent variable</i>)	21
3.2 Definisi Operasional Variabel	21
3.2.1 Variabel Bebas (<i>independent variable</i>)	21

3.2.2 Variabel terikat (<i>dependent variable</i>)	23
3.3 Desain Penelitian	23
3.4 Jenis Data	24
3.4.1 Data Primer	24
3.4.2 Data sekunder	24
3.5 Populasi dan Sampel	24
3.5.1 Populasi	24
3.5.2 Sampel	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6.1 Wawancara	26
3.6.2 Observasi	26
3.6.3 Kepustakaan	26
3.6.4 Kuisioner	26
3.7 Metode Analisis Data	27
3.7.1 Uji Instrument Data	27
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	27
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	27
3.7.4 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	29
3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	29
 BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	30
4.1.1 Profil Warung	30
4.1.2 Starategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan	30
4.1.3 Kegiatan Usaha	31
4.2 Statistik Deskriptif	31
4.2.1 Responden Berdasarkan Umur	31
4.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	33
4.3.1 Strategi Promosi Melalui Media Sosial (X1)	33
4.3.2 Kualitas Pelayanan (X2)	35
4.3.3 <i>Word Of Mouth</i> (X3)	36
4.3.4 Loyalitas Pelanggan (Y)	38
4.4 Analisis Data.....	39
4.4.1 Pengujian Instrument Data.....	39
4.4.2 Pengujian asumsi klasik.....	42
4.4.3 Pengujian Hipotesis	45
4.4.4 Koefisiensi Determinasi.....	46
4.5 Pembahasan	46

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

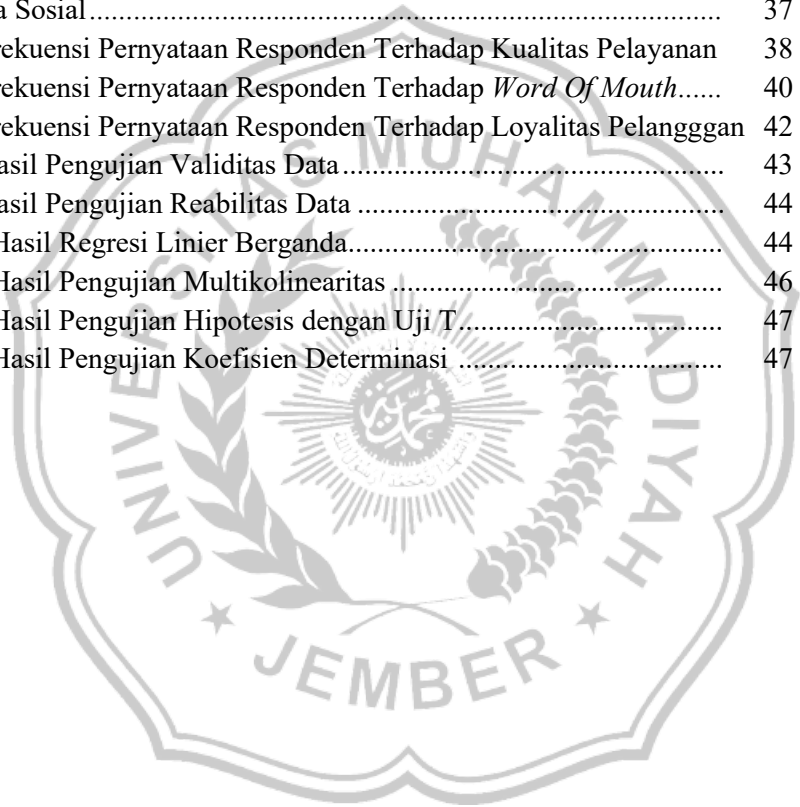
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	48

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Konsumsi Kopi di Indonesia	3
Tabel 1.2 Rekap Omzet Per Minggu Warung Kopi Cak Kebo.....	3
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Umur	35
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Pekerjaan	36
Tabel 4.4 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Strategi Promosi Melalui Media Sosial.....	37
Tabel 4.5 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	38
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	40
Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	42
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Data	43
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reabilitas Data	44
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Multikolinearitas	46
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji T.....	47
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual..... 21
Gambar 4.1 Struktur organisasi pada Warung Kopi Cak Kebo..... 34
Gambar 4.2 hasil uji normalitas..... 53
Gambar 4.3 hasil uji heterokedastiditas..... 54

