



**PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI
HUBUNGAN ANTARA *WORD OF MOUTH* DENGAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Manajemen**

ACHMAD ALFI 2210121044

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Achmad Alfi

NIM : 2210121044

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 11 Januari 2024

Yang Menyatakan



Achamd Alfi, S.T.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Achmad Alfi
NIM : 2210121044
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S2 Manajemen
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Tesis saya yang berjudul:

**PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI
HUBUNGAN ANTARA *WORD OF MOUTH* DENGAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengasah media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasi tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta Selatan
Pada tanggal : 11 Januari 2024
Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a 5000 Rupiah Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '5000', 'KORPRI', and 'TERAI TEMPEL'. The signature is stylized and covers most of the stamp's details.

Achmad Alfi, S.T.

LEMBAR PENGESAHAN

TESIS

**Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Hubungan antara
Word of Mouth dengan Keputusan Pembelian**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Achmad Alfi 2210121044

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 18 Juli 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Dr. Maria Assumpta Wikantari, SS., MBA., CWM
Ketua Penguji

Dr. Faisal Marzuki, M.Pd., CHCP
Penguji I

Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., M.M., CFMP
Penguji II (Pembimbing I)



Dr. Jubaedah, SE., M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., M.M.
Kepala Jurusan Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 18 Juli 2024

PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN ANTARA *WORD OF MOUTH* DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

Oleh Achmad Alfi

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan bagaimana kepuasan pelanggan berfungsi sebagai faktor mediasi dalam hubungan antara *Word of Mouth* dan keputusan pembelian. Analisis kuantitatif ini menggunakan survei dengan setidaknya 203 tanggapan konsumen yang mencakup semua demografi. Kuesioner yang telah diverifikasi dan diuji digunakan untuk mengumpulkan data. Metodologi yang digunakan untuk analisis data adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Penelitian menunjukkan bahwa promosi dari mulut ke mulut mempunyai dampak yang besar dan bermanfaat terhadap kepuasan konsumen. Lebih lanjut, ditemukan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kepuasan pelanggan.

Menurut analisis mediasi, kepuasan pelanggan mempunyai peran mediasi parsial dalam hubungan antara *Word of Mouth* dan keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa jika pelanggan merasa puas pada awalnya, mereka lebih cenderung mengandalkan rekomendasi dari mulut ke mulut saat melakukan pembelian. Penelitian ini menambah pengetahuan dengan menjelaskan mekanisme di mana kebahagiaan pelanggan mempengaruhi keputusan pembelian. Secara praktis, manajer pemasaran dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk menciptakan strategi yang lebih efektif guna meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan memanfaatkan informasi dari mulut ke mulut sebagai senjata pemasaran yang ampuh.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian.

**THE ROLE OF CUSTOMER SATISFACTION IN MEDIATION
THE RELATIONSHIP BETWEEN WORD OF MOUTH AND
BUYING DECISION**

By Achmad Alfi

ABSTRACT

The aim of this research is to ascertain how customer satisfaction functions as a mediating factor in the relationship between Word of Mouth and purchasing decisions. This quantitative analysis uses surveys with at least 203 consumer responses covering all demographics. Verified and tested questionnaires were used to collect data. The methodology used for data analysis is Structural Equation Modeling (SEM). Research shows that Word of Mouth has a large and beneficial impact on consumer satisfaction. Furthermore, it was found that purchasing decisions are positively and significantly influenced by customer satisfaction.

According to mediation analysis, customer satisfaction has a partial mediating role in the relationship between Word of Mouth and purchasing decisions. These results suggest that if customers are satisfied initially, they are more likely to rely on Word of Mouth recommendations when making a purchase. This research adds to knowledge by explaining the mechanisms by which customer happiness influences purchasing decisions. Practically speaking, marketing managers can use the findings of this research to create more effective strategies to increase customer satisfaction levels and utilize Word of Mouth as a powerful marketing weapon.

Keywords: Customer Satisfaction, Word of Mouth, Purchasing Decisions.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan terhadap Allah Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan judul “Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Hubungan antara *Word of Mouth* dengan Keputusan Pembelian” dengan sebaik-baiknya. Selama proses penulisan usulan penelitian ini, penulis mendapatkan berbagai dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’Ala atas seluruh Rahmat dan pertolongan-Nya.
2. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
3. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
4. Bapak Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., M.M dan Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa memberikan bimbingan, masukan, dukungan, dan arahan bagi penulis selama penulisan usulan penelitian ini.

Usulan penelitian ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca sekalian. Penulis pun berharap agar usulan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Jakarta,

Achmad Alfi, S.T.

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN SAMPUL | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| PENGESAHAN | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| BERITA ACARA UJIAN TESIS | viii |
| PRAKATA..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| | |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| I.1 Latar Belakang..... | 1 |
| I.2 Perumusan Masalah | 6 |
| I.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| I.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| | |
| BAB II TELAAH PUSTAKA | 8 |
| II.1 Landasan Teori..... | 8 |
| II.2 Penelitian Yang Relevan | 17 |
| II.3 Model Penelitian Empirik | 28 |
| II.4 Hipotesis | 32 |
| | |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 34 |
| III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 34 |
| III.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel | 35 |

| | |
|--|----|
| III.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 39 |
| III.4 Teknik Analisis Data..... | 42 |
| | |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 52 |
| IV.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian | 55 |
| IV.2 Deskripsi Data Responden | 55 |
| IV.3 Analisis Deskriptif | 55 |
| IV.4 Analisis SEM PLS | 64 |
| IV.5 Pembahasan..... | 55 |
| | |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 83 |
| V.1 Kesimpulan | 83 |
| V.2 Keterbatasan Penelitian..... | 84 |
| V.3 Saran | 84 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 85 |
| RIWAYAT HIDUP..... | 91 |
| LAMPIRAN..... | 92 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Jenis Penelitian Terkait | 25 |
| Tabel 3.1. Operasionalisasi Pengukuran Variabel | 35 |
| Tabel 3.2. Proporsi populasi yang tidak diketahui Σ atau nilai p | 38 |
| Tabel 3.3. Skala Likert | 40 |
| Tabel 3.4. Kisi Kisi Instrumen | 40 |
| Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden | 55 |
| Tabel 4.2. Jumlah Pendapatan Responden | 56 |
| Tabel 4.3. Domisili Responden | 57 |
| Tabel 4.4. Rentang Usia Responden | 57 |
| Tabel 4.5. Interval Kelas | 59 |
| Tabel 4.6 Tabel Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian | 60 |
| Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i> | 61 |
| Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan | 62 |
| Tabel 4.9 Matrik Outer Model PLS Algoritma Awal | 65 |
| Tabel 4.10 Nilai Loading Factor dan Validitas | 67 |
| Tabel 4.11 Composite Reliability | 69 |
| Tabel 4.12 Hasil Nilai R^2 | 70 |
| Tabel 4.13 Hasil Nilai R^2 Adjusted | 71 |
| Tabel 4.14 Hasil Nilai <i>Q-Square</i> | 71 |
| Tabel 4.15 Nilai SRMR | 72 |
| Tabel 4.16 Hasil pengujian hipotesis | 73 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Variance Accounted For (VAF) | 75 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Angka Konsumsi Air Minum Dalam Kemasan | 2 |
| Gambar 1.2 Peta Sebaran Gerai Air Minum BIRU..... | 2 |
| Gambar 2.1. Kerangka Hipotesa | 33 |
| Gambar 3.1. Langkah-langkah PLS | 43 |
| Gambar 3.2. Outer Model Penelitian | 44 |
| Gambar 3.3. Diagram Jalur Penelitian | 44 |
| Gambar 4.1 Daftar Lokasi Cabang Depot Air Minum Biru | 54 |
| Gambar 4.2 Outer Model PLS Algoritma..... | 67 |
| Gambar 4.3 Hasil Inner Model..... | 74 |