



BUDI BAKTI
SCHOOL OF MANAGEMENT

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

repository.stimbudibakti.ac.id

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DAYA MART ZONA MADINA
(Studi Kasus Mahasiswa STIM Budi Bakti)**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Wida Ningsih

41121016



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI**

2025



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAYA MART ZONA MADINA

(Studi Kasus Mahasiswa STIM Budi Bakti)

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Manajemen
Jenjang Pendidikan Strata 1 (S1)*

Disusun Oleh :
Wida Ningsih
41121016



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI
2025



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Word Of Mouth (WOM) terhadap Kepuasan Pelanggan Daya Mart Zona Madina, dengan fokus pada mahasiswa STIM Budi Bakti. Daya Mart, sebagai minimarket yang beroperasi di Kabupaten Bogor, menghadapi persaingan yang ketat di industri ritel. Data yang dikumpulkan menunjukkan fluktuasi jumlah pelanggan dari tahun 2019 hingga 2024, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas pelayanan dan promosi. Metode penelitian yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas, serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan $< 0,05$, memberikan kontribusi sebesar 61,8%. Selain itu, variabel Word Of Mouth (X_2) juga berpengaruh signifikan dengan $\leq 0,05$, memberikan kontribusi sebesar 48,2%. Pengujian berganda menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan $< 0,05$, dengan pengaruh gabungan mencapai 67,8%. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas pelayanan dan promosi melalui WOM dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Daya Mart. Dengan keterbatasan penelitian meliputi cakupan sampel yang terbatas, periode pengumpulan data singkat (Maret–Juni), serta variabel yang hanya mencakup dua faktor, sehingga 32,2% kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel lain. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep Kotler & Keller (2016) tentang kualitas pelayanan dan Rangkuti (2010) terkait efektivitas WOM. Secara praktis, temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan promosi melalui WOM menjadi strategi utama meningkatkan kepuasan pelanggan, khususnya di lingkungan komunitas kampus, di mana rekomendasi personal memiliki pengaruh besar terhadap persepsi dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth* (WOM), Kepuasan Pelanggan, Daya Mart, Zona Madina, Mahasiswa, STIM Budi Bakti, Ritel.



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Service Quality and Word of Mouth (WOM) on Customer Satisfaction at Daya Mart Zona Madina, focusing on students of STIM Budi Bakti. Daya Mart, a minimarket operating in Bogor Regency, faces intense competition in the retail industry. Data collected indicates fluctuations in the number of customers from 2019 to 2024, influenced by various factors including service quality and promotions. The research methods applied include validity and reliability tests, as well as multiple linear regression analysis. The findings show that Service Quality (X1) has a significant effect on Customer Satisfaction (Y) with a significance value of < 0.05 , contributing 61.8%. WOM (X2) also has a significant effect with a significance value of < 0.05 , contributing 48.2%. Combined testing reveals that both variables jointly have a significant influence on Customer Satisfaction (Y) with a significance value of < 0.05 , contributing 67.8% together. These findings highlight the importance of service quality and WOM promotion in enhancing customer satisfaction at Daya Mart. The study is limited by its restricted sample size, short data collection period (March–June), and focus on only two variables, leaving 32.2% of customer satisfaction influenced by other factors. Theoretically, the research reinforces Kotler & Keller's (2016) concept of service quality and Rangkuti's (2010) perspective on WOM effectiveness. Practically, it emphasizes that service quality and WOM promotion are key strategies for increasing customer satisfaction, especially within close-knit academic communities where personal recommendations strongly influence perceptions and loyalty.

Keywords: *Service Quality, Word Of Mouth (WOM), Customer Satisfaction, Daya Mart, Zona Madina, Students, STIM Budi Bakti, Retail.*



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : WIDA NINGSIH
NIM : 41121016
JENJANG PENDIDIKAN : STRATA SATU (S-1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAYA MART
(Studi Kasus Mahasiswa STIM Budi Bakti)

PEMBIMBING I

B. Retno Pratiwi S,SE,MM

PEMBIMBING II

Arif Igo S.E.,M.M



SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN

(STIM) BUDI BAKTI

2025



TANDA PENGESAHAN

Telah diterima dan disetujui oleh Panitia Penguji Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen (STIM) Budi Bakti, guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M).

Bogor, 02 Agustus 2025

Panitia Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua,

Rina Fatimah, S.Sos., M.Si., M.M

2. Sekretaris,

Vivi Ristanti, S.K.M., M.M.

3. Anggota,

Ahmad Juhari, S.E., M.M.

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI
2025**



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Wida Ningsih
NIM : 41121016
Tempat Tgl. Lahir : Bogor, 15 Juni 2002
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *WORD OF MOUTH* (WOM)
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAYA MART ZONA MADINA
(STUDI KASUS MAHASISWA STIM BUDI BAKTI)**

Merupakan gagasan dan hasil penelitian asli penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program sejenis di STIM Budi Bakti atau di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya. Apabila pernyataan saya terbukti tidak benar atau skripsi saya terbukti plagiat, maka saya bersedia untuk dibatalkan kelulusannya.

Bogor, Juli 2025

Yang membuat pernyataan,




Wida Ningsih

NIM : 41121016



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya Atas sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Word Of Mouth* (WOM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Daya Mart (Studi Kasus Mahasiswa Stim Budi Bakti)”. Proposal skripsi ini Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Mengikuti Bimbingan Skripsi Jenjang Pendidikan Sarjana Strata-1 (S1).

Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Ibu Rina Fatimah, S.Sos., M.Si., M.M. Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
2. Ibu Indri Guslina, S.E., M.M. Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
3. Bapak Aza El Munadiyan, S.Si., M.M. AMIPR Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
4. Bapak Iqbal, S.E., M.M. Selaku Kepala Lembaga Penjamin Mutu Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
5. Bapak Subhan Munafis, S.Hut., M.M. Selaku Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
6. Ibu Rita Mardiana, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
7. Ibu Vivi Ristanti, S.K.M., M.M. Selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
8. Ibu B. Retno Pratiwi Sakti SE.,M.M selaku pembimbing I
9. Bapak Arif Igo SE.,M.M selaku pembimbing II
10. Seluruh Dosen dan staff STIM Budi Bakti, terima kasih atas pengajaran dan ilmu yang telah diberikan selama ini kepada penulis.



11. Kepada kedua orang tua saya, terima kasih sudah menemani dan memberikan doa terbaiknya untuk saya dalam menyelesaikan pendidikan selama ini. Terutama mamah terima kasih selalu kuat melawan sakit selama ini dan terima kasih sudah memberikan kekuatan kepada wida. Semoga bapa dan mamah senantiasa diberi kesehatan, kebahagiaan, dan umur yang panjang, jasa kalian tidak akan terbayarkan dengan apapun.
12. Kepada kakak- kakak dan adik saya, yang tiada henti selalu memberikan support, mendoakan dan memotivasi saya agar dapat segera menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada Wildan Fauzan terima kasih sudah memberikan doa dan support terbaik kepada saya dalam menyelesaikan kuliah ini.
14. Kepada Diah Permatasari terima kasih telah menemani dan memberikan motivasi-motivasi setiap hari agar semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Kepada teman-teman Angkatan 2021 baik kelas reguler ataupun kelas karyawan yang telah berjuang bersama dari awal sampai akhir.
16. Kepada teman, sahabat dan saudara yang selalu memberikan semangat beserta support yang luar biasa agar saya segera menyelesaikan skripsi ini.
17. Teruntuk diri sendiri terima kasih sudah menjadi pribadi yang luar biasa semangatnya, terima kasih tidak banyak mengeluh dalam penelitian ini. Semoga hasil dari usaha ini tidak sia-sia.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk banyak orang.

Wassalamualaikum, Wr.Wb.

Bogor, Januari 2025

Penulis

Wida Ningsih

41121016



DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
PERNYATAAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	6
1.3. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.5. Hipotesis	8
1.6 Metodologi Penelitian	8
1.6.1 Metode Penelitian	8
1.6.2 Populasi.....	9
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data.....	10
1.6.5 Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	11
1.7 Penelitian Terdahulu	15
BAB II	21
LANDASAN TEORI.....	21
2.1 Tinjauan Teori Manajemen.....	21
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	21



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

2.1.2 Fungsi Manajemen.....	22
2.2. Tinjauan Teori Manajemen Pemasaran.....	23
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	23
2.2.2 Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	24
2.3. Tinjauan Teoritis Mengenai Kualitas Pelayanan	25
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	25
2.3.2 Dimensi Kualitas pelayanan.....	26
2.4. Tinjauan Teoritis Mengenai <i>Word Of Mouth (WOM)</i>	28
2.5. Tinjauan Teori Mengenai Kepuasan Pelanggan.....	31
2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	31
2.5.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	32
2.6. Hubungan Antar Variabel.....	33
2.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	33
2.6.2 Pengaruh <i>Word Of Mouth (WOM)</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	34
2.7. Kerangka Berpikir.....	35
BAB III.....	35
OBJEK PENELITIAN	35
3.1. Daya Mart (PT. <i>Daya Consumer Goods</i>)	35
3.1.1 Profil Daya Mart	35
3.1.2 Visi dan Misi Daya Mart.....	36
3.1.3 Struktur Organisasi	36
3.1.4 Jabaran Dan Tugas Wewenang	37
3.1.5 Kegiatan usaha objek penelitian	39
3.1.6 Pelanggan atau Pemasok Rekanan Objek Penelitian	39
3.2. STIM Budi Bakti	39
3.2.1. Profil STIM Budi Bakti.....	39
3.2.2. Visi Dan Misi Objek Penelitian	42
3.2.3. Struktur Organisasi	43
3.2.4. Jabaran dan Tugas Wewenang	44
3.2.5. Kegiatan Usaha Objek Penelitian	52
3.2.6. Pelanggan Atau Pemasok Rekaman Objek Penelitian	54



BAB IV	54
PEMBAHASAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Hasil Penelitian	54
4.1.1 Data Operasional Variabel	54
4.1.2 Deskripsi Data	60
4.1.3 Hasil Uji Statistic Deskriptif Responden	67
4.1.5 Hasil Pengujian Statistik	68
4.2. Pembahasan	75
4.2.1 Pembahasan Penelitian	75
4.2.2 Temuan Penelitian	76
4.2.3 Keterbatasan Penelitian	77
4.2.4 Implikasi Penelitian	78
BAB V	82
KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Minimarket Kabupaten Bogor	1
Tabel 1.2 Pesaing Dayamart	2
Tabel 1.3 Data Pelanggan Dayamart.....	2
Tabel 1.3 Hasil Survei.....	5
Tabel 1.4 Instrumen Kuesioner Dalam Bentuk <i>Checklist</i>	10
Tabel 1.6 Kategori Interpretasi Koefisien	14
Tabel 1.7 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden	54
Tabel 4.2 Indikator Dan Kuesioner X_1	56
Tabel 4.3 Indikator Dan Kuesioner X_2	57
Tabel 4.4 Indikator Dan Kuesioner Y.....	58
Tabel 4.5 Deskripsi Data Kualitas Pelayanan (X_1)	60
Tabel 4.6 Deskripsi Data <i>Word Of Mouth (WOM)</i> (X_2)	62
Tabel 4.7 Deskripsi Data Kepuasan Pelanggan (Y).....	65
Tabel 4.8 Tabel Uji Validitas	67
Tabel 4.9 Tabel Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.10 <i>Coefficients</i> Variabel X_1 Terhadap Y	68
Tabel 4.11 Model <i>Summary</i> Variabel X_1 Terhadap Variabel Y	69
Tabel 4.12 <i>Coefficients</i> Variabel X_2 Terhadap Variabel Y	70
Tabel 4.13 Model <i>Summary</i> Variabel X_2 Terhadap Variabel Y	72
Tabel 4.14 <i>Annova</i> Variabel X_1 dan X_2 Terhadap Variabel Y.....	73
Tabel 4.15 <i>Coefficients</i> Variabel X_1 & X_2 Terhadap Variabel Y	73
Tabel 4.16 Model <i>Summary</i> Variabel X_2 Terhadap Variabel Y.....	74
Tabel 4.17 Temuan Penelitian	76



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan Daya Mart	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 3.1 Daya Mart Tampak Depan	35
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT. Daya <i>Consumer Goods</i>	36
Gambar 3.3 Logo STIM Budi Bakti	40
Gambar 3.4 Tampak Dalam STIM Budi Bakti	42
Gambar 3.4 Struktur Organisasi STIM Budi Bakti.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2. Data Mentah Variabel Kualitas Pelayanan (X_1).....	95
Lampiran 3 Data Mentah Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X_2)	99
Lampiran 4 Data Mentah Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	103
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas (X_1)	107
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas (X_2)	108
Lampiran 7. Uji Validitas Dan Reliabilitas (Y)	109
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis Sederhana (Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan)	110
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis Sederhana (<i>Word Of Mouth</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan)	111
Lampiran 10. Hasil Uji Hipotesis Berganda (X_1 & X_2 Terhadap Y).....	112