


**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM)
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN AIR MINUM DALAM
KEMASAN (AMDK) MEREK AQUA (SURVEI PADA
KONSUMEN PRODUK AQUA DI UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA)**

**RISDA YANTI LUBIS
1702517020**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021**

***THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)
ON CONSUMER LOYALTY OF BOTTLED DRINKING WATER
BRAND AQUA PRODUCTS (SURVEY ON AQUA PRODUCT
CONSUMERS AT THE STATE UNIVERSITY OF JAKARTA)***

**RISDA YANTI LUBIS
1702517020**



This Scientific Work is structured to fulfill one of the requirements to get an Associate Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta.

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2021***

ABSTRAK

Risda Yanti Lubis. 2021. 1702517020. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) Terhadap Loyalitas Konsumen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Survei Pada Konsumen Produk Aqua di Universitas Negeri Jakarta). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui gambaran tentang *electronic word of mouth* produk AMDK merek Aqua. 2) Untuk mengetahui gambaran tentang loyalitas konsumen produk AMDK merek Aqua. 3) Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap loyalitas konsumen AMDK merek Aqua. Pada penelitian ini diperoleh data hasil penyebaran kuesioner kepada 115 responden yang pernah menggunakan atau membeli produk Aqua. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil dari analisis penelitian ini dapat diketahui bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 35,1% dan sisanya 64,9% dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti kualitas produk, harga, desain produk, kepuasan konsumen, *emotional bonding*, kepercayaan, dan lain-lain.

Kata Kunci: *Electronic word of mouth*, Loyalitas Konsumen, Produk Aqua.

ABSTRACT

Risda Yanti Lubis. 2021. The Effect of Electronic Word of Mouth (e-WOM) on Consumer Loyalty of Bottled Drinking Water Brand Aqua Products (Survey on Aqua Product Consumers at The State University Of Jakarta). Marketing Management study program DIII. Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta.

This study aims to : 1) Find out about electronic word of mouth of Aqua products. 2) Find out about consumer loyalty of Aqua products. 3) Find out influence of electronic word of mouth on consumer loyalty of Aqua products. In this study, the data obtained from questionnaires distributed to 115 respondents who had use or purchased Aqua products. The data analysis method used is a simple linear regression analysis. The results of the analysis of the this study can be seen that electronic word of mouth (ewom) have a positive and significant effect on consumer loyalty 35,1% and the remaining 64,9% is influenced by other factors such as product quality, price, product design, customer satisfaction, trust, and others.

Keyword : Electronic Word of Mouth, Consumer Loyalty, Aqua Products.

LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL KARYA ILMIAH

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SEMINAR PROPOSAL KARYA ILMIAH

Mengetahui,

Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Pembimbing



Dra. Solikhah, M.M

NIP : 196206231990032001

Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M

NIP : 19740416 200604 1 001

12 Januari 2021

12 Januari 2021

Nama : Risda Yanti Lubis

No. Registrasi : 1702517020

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran



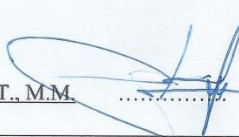
LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd.
NIP. 197207152001121001

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
	Ketua Penguji		
1	<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si.</u> NIP. 195702211985032002		5 Februari 2021
	Penguji Ahli		
2	<u>Dra. Solikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001		23 Februari 2021
	Dosen Pembimbing		
3	<u>Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M.</u> NIP. 197404162006041001		22 Februari 2021
Nama : Risda Yanti Lubis No. Registrasi : 1702517020 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 29 Januari 2021			

Catatan: - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoiny warna biru

LEMBAR ORIGINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya :

Nama : Rida Yanti Lubis

NIM : 1702517020

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)”** ini adalah benar-benar karya ilmiah Saya sendiri dan Saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini, Saya siap menerima tindakan/sanksi yang diajukan kepada Saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya ilmiah Saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah Saya.

Jakarta, Februari 2021
Yang Membuat Pernyataan



1000
METERAL
TEMPEL
GA59EAJX057760945

Rida Yanti Lubis

1702517020

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Risda Yanti Lubis
NIM : 1702517020
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / D3 Manajemen Pemasaran
Alamat email : risdalubis1699@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (Karya Ilmiah.....)

yang berjudul :

“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Februari 2021

Penulis

Risda Yanti Lubis

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah melimpahkan karunia-Nya sehingga peneliti berkesempatan untuk menyelesaikan Karya Ilmiah dengan judul “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Terhadap Loyalitas Konsumen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Survei Pada Konsumen Produk Aqua di Universitas Negeri Jakarta)” ini dengan sebaik - baiknya.

Penyusunan karya ilmiah ini untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta. Terima kasih peneliti ucapkan kepada orang tua yang selalu memberi dukungan serta doa kepada peneliti. Dalam penyusunan karya ilmiah ini, peneliti ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak bantuan dalam penulisan Karya Ilmiah ini.
2. Dra. Solikhah, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran
3. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Dosen-dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti duduk di bangku perkuliahan.
5. Rekan - rekan seperjuangan D3 Manajemen Pemasaran B yang telah menempuh pendidikan di bangku perkuliahan selama 3 tahun yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

6. Keluarga dan seluruh saudara yang telah mendoakan dan selalu memberikan dukungan.
7. Seluruh teman peneliti yang selalu memberikan semangat dan berkenan membantu dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan karya ilmiah ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun dalam teknik penyajiannya, mengingat keterbatasan pengetahuan dan wawasan peneliti. Sehingga kritik dan saran sangat diperlukan bagi peneliti dari pembaca karya ilmiah ini.

Jakarta, 10 Januari 2021

Peneliti



DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR ORIGINALITAS.....	v
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB II PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penulisan	8
BAB II KAJIAN TEORETIS DAN METODOLOGI PENULISAN.....	10
A. Kajian Teoretis.....	10
B. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	29
C. Metodologi Penulisan	29
BAB III PEMBAHASAN.....	40
A. Hasil Penelitian	40
B. Pembahasan.....	62
BAB IV KESIMPULAN	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar I.1	Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2)	3
Gambar I.2	Alasan Penggunaan Internet	4
Gambar I.3	Platform yang Sering Digunakan	4
Gambar I.4	Variasi Produk Aqua	6
Gambar I.5	Pemboikotan Produk Prancis di Indonesia	7
Gambar II.1	Kerangka Berpikir	29
Gambar III.1	Hasil Uji Normalitas dengan metode <i>Probability Plot</i>	57

DAFTAR TABEL

Nomot Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel II.2	Operasional Variabel	32
Tabel II.3	Nilai Skala Likert	34
Tabel II.4	Kriteria Penilaian Kuesioner	37
Tabel II.5	Pengambilan Keputusan Koefisien Determinasi	39
Tabel III.1	Hasil Uji Validitas	41
Tabel III.2	Hasil Uji Realibilitas	42
Tabel III.3	Gender Responden	43
Tabel III.4	Angkatan Responden	43
Tabel III.5	Fakultas Responden	44
Tabel III.6	Media Sosial yang Digunakan Responden	44
Tabel III.7	Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i>	45
Tabel III.8	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Loyalitas Konsumen	50
Tabel III.9	Hasil Uji Normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov	58
Tabel III.10	Hasil Uji Linearitas	58
Tabel III.11	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	59
Tabel III.12	Hasil Uji Hipotesis	60
Tabel III.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Mentah Hasil Variabel X dan Y
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas
Lampiran 4	Hasil Uji Realibilitas
Lampiran 5	Hasil Uji Normalitas
Lampiran 6	Hasil Uji Linearitas
Lampiran 7	Hasil Analisa Regresi Linear Sederhana