

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *CIMORY ON THE VALLEY* UNGARAN,
SEMARANG**

S K R I P S I

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank
Semarang**



Oleh :

Nama : Tiara Mei Nanda Sari

N I M : 16.05.51.0222

Program Studi : S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK**

S E M A R A N G

2 0 2 0

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul:

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Cimory On The Valley Ungaran, Semarang)**

Oleh :
Tiara Mei Nanda Sari
16.05.51.0222
Program Studi S.1 Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang

Semarang, ²²Juli 2020
Dosen Pembimbing

(Drs. Bambang Sutadjo, M.M)
NIDN: 0628036101

HALAMAN PENGESAHAN



Skripsi dengan judul:
PENGARUH NILAI PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *CIMORY ON THE VALLEY* UNGARAN, SEMARANG


Ditulis Oleh:

Nama : Tiara Mei Nanda Sari
NIM : 16.05.51.0222
Program Studi : S.1 Manajemen

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendarasan Skripsi dan telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang pada tanggal: 11 Agustus 2020

SUSUNAN DEWAN PENGUJI


**Dosen Pembimbing
(Merangkap Penguji I)**


(Drs. Bambang Sutedjo, M.M)
NIDN: 0628036101

Penguji II


(Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom)
NIDN: 0622056601

Penguji III


(Drs. Rokh Eddy Prabowo, M.Si)
NIDN: 0026125911

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis**

(Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si)
NIDN: 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Tiara Mei Nanda Sari
NIM : 16.05.51.0222
Program Studi : S.1 Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul:

PENGARUH NILAI PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CIMORY ON THE VALLEY UNGARAN, SEMARANG tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 12 Juli 2020
Yang Menyatakan



(Tiara Mei Nanda Sari)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Diawali niat baik, sabar dan cerdas dalam proses, istikomah, tawakal menerima hasil dan bersyukur atas segala nikmat.

Bekerja untuk ibadah, bukan bekerja untuk kerja, maka keberkahan akan didapat

Lebih mulia peran kecil kontribusi besar daripada peran besar kontribusi kecil

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini kupersembahkan kepada Bapak dan Ibu tercinta yang senantiasa memberikan dorongan dan kasih sayangnya, juga kepada dua kakakku tercinta yang selalu mensupport saya, serta teman dan sahabatku yang selalu mendukungku serta Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Terimakasih untuk semuanya.

(Tiara Mei Nanda Sari)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh parsial nilai pelanggan, citra perusahaan, dan *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan *Cimory On The Valley* Ungaran, Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan *Cimory On The Valley* Ungaran, Semarang dengan responden sebanyak 100 pelanggan yang ditetapkan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan *Cimory On The Valley* yang berusia minimal 17 tahun dan berkunjung lebih dari satu kali. Data primer dikumpulkan dengan kuesioner yang disebar kepada responden. Data primer diolah menggunakan SPSS Versi 21 dengan hasil sebagai berikut. Berdasarkan pada Uji Instrument penelitian menunjukkan, bahwa semua indikator dinyatakan valid dan semua variabel dinyatakan reliabel. Berdasarkan pada Uji Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan, bahwa 56,4 persen variabel kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel nilai pelanggan, citra perusahaan, dan *word of mouth*. Berdasarkan Uji t dan koefisien regresi menunjukkan, bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, *word of mouth* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan *Cimory On The Valley* Ungaran, Semarang.

Kata Kunci: Nilai Pelanggan, Citra Perusahaan, *Word Of Mouth* dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to analyze the partial effect of customer value, company image, and word of mouth on customer satisfaction in Cimory On The Valley Ungaran, Semarang. The population in this study were customers of Cimory On The Valley Ungaran, Semarang with 100 customers as respondents who determined using a purposive sampling technique. The sample criteria in this study are Cimory On The Valley customers who are at least 17 years old and customers visit more than once. Primary data were collected by means of a questionnaire distributed to respondents. Primary data were processed using SPSS Version 21 with the following results. Based on the Instrument Test, the research shows that all indicators are declared valid and all variables are declared reliable. Based on the Determination Coefficient Test (R^2), it shows that 56.4 percent of customer satisfaction variables are explained by the variable customer value, company image, and word of mouth. Based on the t test and the regression coefficient, it shows that customer value has a positive effect on customer satisfaction, corporate image has a positive effect on customer satisfaction, word of mouth has a positive effect on customer satisfaction Cimory On The Valley Ungaran.

Keywords: customer value, company image, word of mouth and customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Pujisyukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Nilai Pelanggan, Citra Perusahaan, dan *Word Of Mouth* terhadap Kepuasan Pelanggan *Cimory On The Valley Ungaran, Semarang*”**.

Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada beliau yang tersebut di bawah ini atas segala bentuk dukungan, khususnya dalam penyelesaian skripsi ini:

- 1) Dr. Safik Faozi, M.Hum, selaku *Rektor* Universitas Stikubank. Semarang
- 2) Dr. Euis Sholiha, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
- 3) Drs. Bambang Sutedjo, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
- 4) Seluruh staf pengajar dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
- 5) Bapak dan Ibu yang telah memberikan cinta, kasih sayang, doa, motivasi dan dukungan baik moral maupun spiritual untuk menyelesaikan studi.
- 6) Teman-temanku dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan taufiq, hidayah dan inayah serta menunjukkan yang terbaik dan membalas kebaikan yang telah diberikan dengan kebaikan pula. Dengan segala

kerendahan hati semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan.

Semarang, 22 Juli 2020

Penulis

(Tiara Mei Nanda Sari)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PESEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	9
2.1.3 Nilai Pelanggan	10
2.1.4 Citra Perusahaan.....	12
2.1.5 <i>Word Of Mouth</i>	13
2.2. Penelitian Terdahulu	15

2.3. Pengembangan Hipotesis	16
2.4. Model Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian	20
3.2. Populasi dan Sampel	20
3.3. Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data	22
3.4. Definisi Konsep dan Pengukuran Variabel	22
3.5. Metode Analisis Data.....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Responden dan Variabel Penelitian.....	29
4.2. Pengujian Instrumen Penelitian	35
4.3. Analisis Data.....	37
4.4. Pembahasan	40
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI	
5.1. Simpulan.....	44
5.2. Keterbatasan Penelitian	44
5.3. Saran	45
5.4. Implikasi	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional Pengukuran Variabel.....	22
Tabel 4.1 Rekap Hasil Kuesioner	29
Tabel 4.2 Deskripsi Responden.....	30
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	32
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	38