

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, KUALITAS  
PRODUK *MILKSHAKE DONUT* DAN *FRUIT SMOOTHIES*  
TERHADAP *WORD OF MOUTH* (WOM) DENGAN  
*STRUCTURAL EQUATION MODEL* (WOM)  
(Studi Kasus: UKM Mokey Pekanbaru)**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik  
Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*

*Disusun Oleh:*

**WULAN FITRIANI**  
12050222826



UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
2024**

- 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 UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR PERSETUJUAN JURUSAN**

**“ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, KUALITAS  
PRODUK MILKSHAKE DONUT DAN FRUIT SMOOTHIES  
TERHADAP *WORD OF MOUTH* MENGGUNAKAN  
*STRUCTURAL EQUATION MODEL*”  
(Studi Kasus: UMKM Mokey Pekanbaru)**

**TUGAS AKHIR**

Oleh:

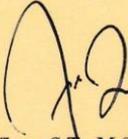
**WULAN FITRIANI**  
**12050222826**

Telah Diperiksa dan Disetujui Sebagai Tugas Akhir  
pada Tanggal 24 Oktober 2024

**Pembimbing I**

  
**Misra Hartati, S. T., M. T.**  
**NIP. 198210270015031001**

**Pembimbing II**

  
**Nofirza, S.T., M.Sc**  
**NIP. 197711282007012022**

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Teknik Industri  
Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

  
**Misra Hartati, S. T., M. T.**  
**NIP. 19820527015032002**

- 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 UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**“ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, KUALITAS  
PRODUK MILKSHAKE DONUT DAN FRUIT SMOOTHIES  
TERHADAP *WORD OF MOUTH* MENGGUNAKAN  
*STRUCTURAL EQUATION MODEL*”  
(Studi Kasus: UMKM Mokey Pekanbaru)**

**TUGAS AKHIR**

Oleh:

**WULAN FITRIANI**  
**12050222826**

Telah dipertahankan di Depan Sidang Dewan Penguji  
sebagai salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik  
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Sayarif Kasim Riau  
di Pekanbaru, pada Tanggal 24 Oktober 2024

Pekanbaru, 24 Oktober 2024  
Mengesahkan



**Dr. Hartono, M.Pd**  
NIP. 196403011992031003

**Ketua Program Studi**

**Misra Hartati, S.T., M.T**  
NIP. 19820527015032002

**DEWAN PENGUJI :**

**Ketua : Nazaruddin, S.ST., M.T**

**Sekretaris I : Misra Hartati, S. T., M. T**

**Sekretaris II : Nofirza, S.T., M.Sc**

**Anggota I : Vera Devani, S.T., M.Sc**

**Anggota II : Tengku Nurainun, S.T., M.T., Ph.d**

## LEMBAR HAK ATAS KELAYAKAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan seizin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam

### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :  
Nomor :  
Tanggal : 24 Oktober 2024

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wulan Fitriani  
NIM : 12050222826  
Tempat/Tanggal Lahir : Batam, 30 Desember 2001  
Fakultas : Sains dan Teknologi  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk Milkshake Donut dan Fruit Smoothies terhadap *Word Of Muoth* menggunakan *Structural Equation Model*

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian dan pemikiran saya sendiri.
2. Semua kutipan sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas plagiat.
4. Apabila dikemudian hari ditemukan plagiat pada skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.
5. Dengan demikian surat ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 24 Oktober 2024  
Yang membuat Pernyataan,



**Wulan Fitriani**  
**NIM. 12050222826**

## LEMBAR PERSEMBAHAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Dengan rasa syukur dan haru, halaman ini saya persembahkan untuk Ibu, Bapak, dan Adik yang sangat saya cintai dan saya sayangi, begitu banyak drama, pengorbanan, dan air mata sehingga saya dapat berkuliah di daerah rantau ini. Terimakasih sudah menjadi penyemangat saya dalam mewujudkan cita – cita dan bisa menyelesaikan perkuliahan hingga akhir.*

*Teruntuk saudara, pasangan, sahabat, dan teman – teman seperjuangan dan seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini, saya sangat mengucapkan ribuan terimakasih atas dukungan dan doa yang terus mengalir sampai detik ini. Semoga kita bisa bertemu lagi di titik terbaik menurut takdir.*

UIN SUSKA RIAU

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk *Milkshake Donut dan Fruit Smoothies* terhadap *Word Of Mouth* Menggunakan *Structural Equation Model* (SEM)

**Wulan Fitriani**  
(12050222826)

Tanggal Sidang: 24 Oktober 2024

Tanggal Wisuda: April 2025

Teknik Industri  
Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Jl. Soebrantas No. 155 Pekanbaru

### ABSTRAK

Persaingan pasar yang semakin ketat memberikan dampak pada kepuasan pelanggan dan kualitas produk di UMKM Mokey. Suatu usaha yang bergerak di bidang minuman mengalami penurunan penjualan sehingga menyebabkan terjadinya kerugian penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas produk milkshake donut dan fruit smoothies terhadap *Word of Mouth* (WOM). Perusahaan perlu memahami faktor yang mempengaruhi perilaku pelanggan untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran mereka. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar ke konsumen dan dianalisis menggunakan software SEM untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh terhadap WOM dan tidak ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap WOM. Kepuasan pelanggan mempengaruhi kualitas produk untuk memberikan pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan perlu ditingkatkan agar menciptakan rasa puas kepada pelanggan, serta kualitas produk yang baik akan memengaruhi seseorang dengan cara word of mouth seperti menambah varian rasa atau memperbaiki desain kemasan.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, *Structural Equation Model* (SEM), *Word Of Mouth* (WOM)

UIN SUSKA RIAU



***Analysis of the Influence of Customer Satisfaction, Product Quality of Milkshake Donut and Fruit Smoothies on Word of Mouth Using Structural Equation Modeling (SEM)***

**Wulan Fitriani**  
**(12050222826)**

Tanggal Sidang: October 24 2024

Tanggal Wisuda: April 2025

Industrial Engineering  
Faculty of Science and Technology  
Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau  
Soebrantas Sreet No. 155 Pekanbaru

**ABSTRACT**

*The management of raw material inventory holds paramount importance for companies. Common inventory challenges encompass shortages, surpluses, and inadequate planning of raw material stock. This study endeavors to assess the efficacy of raw material supply planning at SMEs Keripik Cabai Maisatun. Employing the Min-Max and Blanket Order methodologies, the study focused on chili chip sales products spanning from 2021 to 2023, aiming to devise an effective inventory strategy. Initially, the research entails determining the optimal demand forecasting method through the analysis of historical demand data. Subsequently, the Min-Max method is executed, delineating safety stock, minimum and maximum stock levels, order quantities, and reorder points. Similarly, the Blanket Order method is computed, encompassing order quantities, associated costs (including ordering, holding, and purchasing costs), and safety stock. By comparing the total costs incurred by both approaches, the study discerns the most cost-effective strategy. The findings reveal that the Min-Max method yields superior optimization, incurring a total cost of IDR 367,997,040, while the Blanket Order method results in a total cost of IDR 638,843,414.*

**Key Words:** *Blanket Order, Inventory Control, Min-Max Stock, Overstock*

UIN SUSKA RIAU

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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sultan Syarif Kasim Riau University of Sultan Syarif Kasim Riau

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT., atas segala Rahmat, Karunia yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan judul “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk *Milkshake Donut* dan *Fruit Smoothies* Terhadap *Word Of Mouth* (WOM) dengan *Structural Equation Model* (SEM) (Studi Kasus: UMKM Mokey Pekanbaru)”. Shalawat serta salam semoga Allah SWT. sampaikan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Teknik Industri di Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Banyak pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini, baik secara moril maupun materil, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Misra Hartati, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Anwardi, S.T., M.T., selaku sekretaris Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Nazaruddin, S.ST., M.T., selaku Koordinator Tugas Akhir Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Misra Hartati, S.T., M.T. dan Ibu Nofirza S.T., M.Sc., selaku dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
7. Ibu Vera Devani, S.T., M.Sc dan Ibu Tengku Nurainun, S.T., M.T., PhD. selaku dewan penguji yang telah meluangkan waktunya untuk bisa memberikan saran dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini

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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Teristimewa kepada orang tua penulis Ayahanda Suparman dan Ibunda Siti Sumarni yang selalu memberikan semangat, dorongan dan doanya kepada penulis untuk selalu berusaha dengan baik dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini. Kedua orang tua jugalah yang telah berusaha untuk bisa menguliahkan anaknya hingga memperoleh gelar Sarjana Teknik. Serta seluruh anggota keluarga yang selalu mendoakan serta membantu penulis dalam berkuliah.
10. Terimakasih untuk adik tercinta Rizky Ramadan yang sudah menjadi partner berantem selama dirumah yang selalu memberikan perhatian, dukungan dan semangat untuk kakaknya sehingga bisa sampai di titik ini.
11. Terimakasih untuk partner hidup penulis Aulia Rahmadana yang selalu setia menemani penulis sedari maba hingga akhir perkuliahan, yang tidak pernah mengeluh dan selalu menjadi *support system* dalam setiap langkah, selalu sabar menemani penulis dalam suka dan duka, semoga semua doa menyertai kita.
12. Terimakasih juga untuk sahabat penulis sejak SMP Putri Khairana yang sudah setia menemani penulis selama kurang lebih 10 tahun hingga dibilang semua orang kalo kita kembar, semoga kita bisa memenuhi semua *wishlist* kita setelah tamat.
13. Terimakasih kepada teman kuliah seperjuangan penulis Raisa Aqilla, Hanum Ashari, Meiriska Wulan serta rekan rekan syar'i fams yang sudah setia memberikan tawa didalam perkuliahan dan teman melakukan *first experience*, sampai bertemu di titik terbaik menurut takdir.
14. Terimakasih untuk teman seperjuangan kost putri gs garuda sakti Suci Amanda dan Najwa Rizki Ismira yang telah menemani penulis selama di kos sehingga penulis tidak merasa kesepian, sampai bertemu di titik terbaik menurut takdir.
15. Rekan-rekan seperjuangan Teknik Industri angkatan 2020, seluruh Mahasiswa Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

Riau, dan teman-teman dekat yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah hadir membantu penulis selama berkuliah dan juga telah memberikan semangat serta dorongan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan Laporan Tugas Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan serta kesalahan, untuk itu dengan segala keterbukaan, penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhirnya penulis berharap semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, 3 November 2024  
Penulis

**Wulan Fitriani**  
**Nim. 12050222826**

- 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 UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR HAK ATAS KELAYAKAN INTELEKTUAL.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR RUMUS.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Posisi Penelitian .....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Kualitas Produk .....	11
2.1.1 Dimensi Kualitas Produk .....	11
2.2 Kepuasan Pelanggan .....	12
2.2.1 Formulasi Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	13
2.2.2 Faktor-Faktor Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	14

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.3	SERVQUAL ( <i>Service, Quality dan Satisfaction</i> ) ....	14
2.3	<i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	15
2.3.1	Karakteristik <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	16
2.3.2	Dimensi <i>Word Of Mouth</i> (WOM) .....	16
2.4	<i>Structural Equation Model</i> .....	17
2.4.1	Asumsi dalam <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	17
2.4.2	Komponen <i>Structural Equation Model</i> (SEM) .....	18
2.4.3	Tahapan dalam <i>Structural Equation Model</i> (SEM) .	18
2.4.3.1	<i>Outer Model</i> (Model Pengukuran / <i>Measurement Model</i> ) .....	19
2.4.3.2	<i>Inner Model</i> .....	21
2.4.3.3	Uji Hipotesis .....	22

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Studi Pendahuluan.....	25
3.2	Studi Literatur .....	25
3.3	Identifikasi Masalah .....	25
3.4	Rumusan Masalah .....	25
3.5	Penentuan Tujuan dan Manfaat.....	26
3.6	Pengumpulan Data .....	26
3.7	Menentukan Populasi dan Sampel .....	27
3.8	Pengolahan Data.....	28
3.8.1	Tahapan Metode <i>Structural Equation Model</i> (SEM)....	28
3.8.1.1	<i>Outer Model</i> .....	28
3.8.1.2	<i>Inner Model</i> .....	29
3.8.1.3	Uji Hipotesis ( <i>Bootstraping</i> ) .....	29
3.9	Analisa.....	29
3.10	Kesimpulan dan Saran.....	30

### BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1	Pengumpulan Data.....	31
4.1.1	Profil Perusahaan.....	31

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.1.2	Demografi Responden .....	32
4.1.3	Pengelompokan Variabel Penelitian .....	37
4.1.4	Rekapitulasi Data Kuesioner .....	39
4.2	Pengolahan Data .....	44
4.2.1	Pengukuran Nilai <i>Outer Model</i> .....	44
4.2.1.1	Uji Validitas Konvergen ( <i>Convergent Validity</i> ) .....	44
4.2.1.2	<i>Composite Reliability</i> .....	46
4.2.1.3	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	45
4.2.1.4	<i>Discriminant Validity</i> .....	47
4.2.2	Pengukuran Nilai <i>Inner Model</i> .....	47
4.2.2.1	<i>Coefficient of Determination (R Square)</i> .....	48
4.2.3	<i>Bootsraping</i> .....	49

## BAB V ANALISA

5.1	Analisa Pengumpulan Data .....	52
5.2	Analisa Pengolahan Data.....	52
5.2.1	Analisa Nilai <i>Outer Model</i> .....	53
5.2.1.1	Validitas Konvergen ( <i>Convergent Validity</i> ) ..	53
5.2.1.2	<i>Composite Reliability</i> .....	54
5.2.1.3	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	54
5.2.2	Analisa Nilai <i>Inner Model</i> .....	55
5.2.2.1	<i>Bootstrapping</i> .....	55

## BAB VI KESIMPULAN

6.1	Kesimpulan.....	57
6.2	Saran .....	57

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1	Tampilan Uji Validitas menggunakan <i>Software</i> SmartPLS ..... 20
2.2	Tampilan Uji Reliabilitas menggunakan <i>Software</i> SmartPLS ..... 21
2.3	Model Struktural menggunakan <i>Software</i> SmartPLS ..... 22
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian ..... 24
4.1	UMKM Mokey..... 32
4.2	Diagram Data Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 35
4.3	Diagram Data Berdasarkan Usia ..... 35
4.4	Diagram Data Berdasarkan Pekerjaan ..... 36
4.5	Nilai <i>Outer Loading</i> ..... 45
4.6	<i>Composite Reliability</i> ..... 46
4.7	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> ..... 47
4.8	<i>Cross Loading</i> ..... 48
4.9	<i>Bootstrapping</i> ..... 49
4.10	Hasil Uji T <i>Value</i> da P <i>Value</i> ..... 50

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 UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
1.1	Data Penjualan Produk Minuman Mokey .....	2
1.2	Perbandingan Data Rating Penjualan <i>Milkshake</i> dan <i>Smoothies</i> di Pekanbaru .....	3
1.2	Perbandingan Data Rating Penjualan <i>Milkshake</i> dan <i>Smoothies</i> di Pekanbaru (Lanjutan) .....	4
1.2	Perbandingan Data Rating Penjualan <i>Milkshake</i> dan <i>Smoothies</i> di Pekanbaru (Lanjutan) .....	5
4.	Rekapitulasi Demografi Responden Kuesioner .....	32
4.	Rekapitulasi Demografi Responden Kuesioner (Lanjutan) .....	33
4.1	Rekapitulasi Demografi Responden Kuesioner (Lanjutan) .....	34
4.2	Rekapitulasi Diagram Data Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
4.3	Rekapitulasi Diagram Data Berdasarkan Usia .....	35
4.4	Rekapitulasi Diagram Data Berdasarkan Pekerjaan .....	36
4.5	Rekapitulasi Diagram Data Berdasarkan Domisili .....	36
4.6	Pernyataan Kuesioner Berdasarkan Variabel .....	37
4.6	Pernyataan Kuesioner Berdasarkan Variabel (Lanjutan) .....	38
4.7	Rekapitulasi Data Kuesioner .....	39
4.7	Rekapitulasi Data Kuesioner (Lanjutan).....	40
4.7	Rekapitulasi Data Kuesioner (Lanjutan).....	41
4.7	Rekapitulasi Data Kuesioner (Lanjutan).....	42
4.7	Rekapitulasi Data Kuesioner (Lanjutan).....	43
4.8	<i>Outer Loading</i> .....	44
4.8	<i>Outer Loading</i> (Lanjutan) .....	45
4.9	<i>Outer Loading</i> Setelah Variabel Nilai , 0,6 Dihapus .....	45
4.10	Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	46
4.	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	47
4.12	Nilai <i>Cross Loading</i> .....	47

4.12	Nilai <i>Cross Loading</i> (Lanjutan) .....	48
4.13	Nilai <i>R-Square</i> .....	49
4.14	Nilai <i>T Statistic</i> dan <i>P Values</i> .....	50



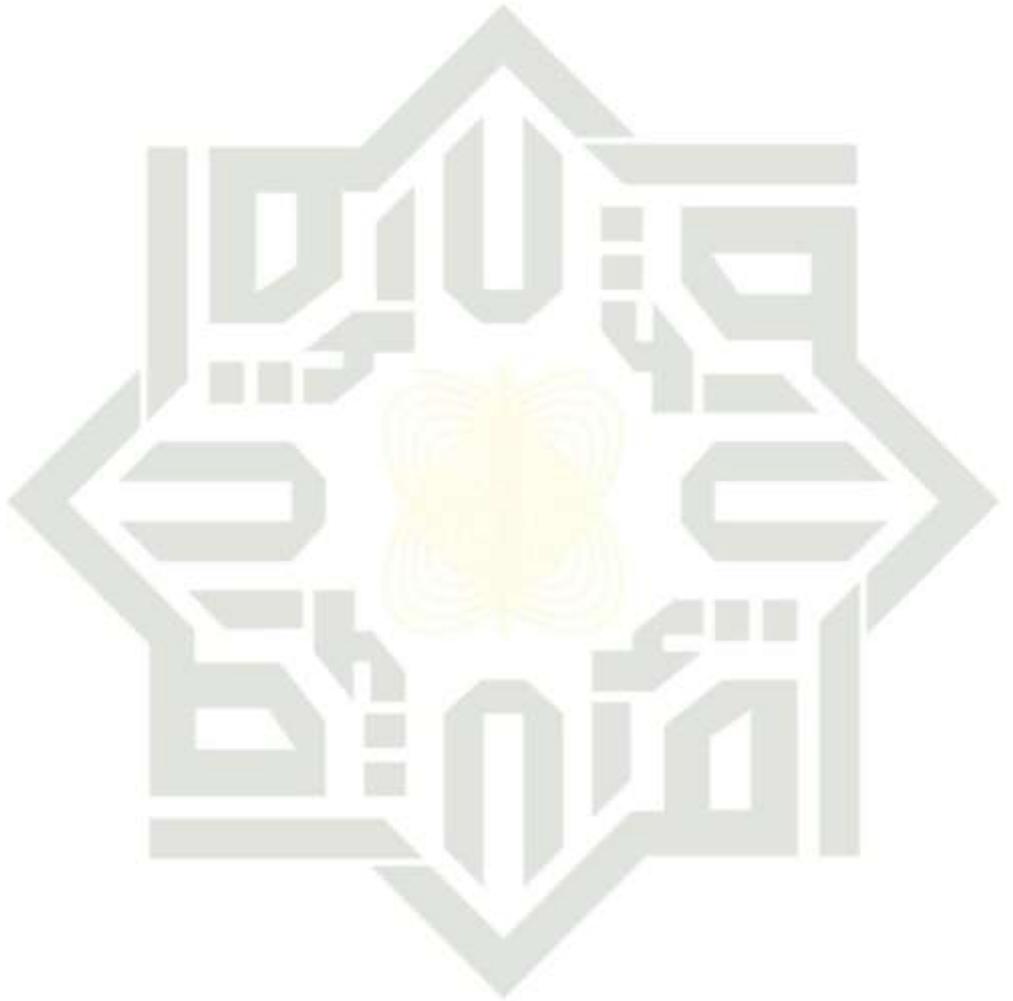
UIN SUSKA RIAU

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Dokumentasi .....	A-1
Biografi Penulis.....	B-1



UIN SUSKA RIAU

### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# BAB I PENDAHULUAN



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Di dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung akan loyal dan menyebarkan *Word Of Mouth* (WOM) positif tentang produk atau jasa yang di konsumsi. *Word Of Mouth* merupakan saluran komunikasi pemasaran yang sangat efektif dan berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Dunia bisnis yang semakin ketat, mendorong kepuasan pelanggan menjadi syarat penting yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan maupun UMKM yang sedang merintis usahanya. Kualitas produk juga memegang peranan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Produk yang berkualitas tinggi dan memenuhi harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan mereka yang dapat mendorong *Word Of Mouth* (WOM) positif. *Milkshake* adalah minuman yang terbuat dari campuran es krim, susu, dan berbagai bahan tambahan seperti es batu yang di blend bersama sama dengan tambahan *whip cream* di atasnya. *Smoothies* adalah minuman yang terbuat dari buah-buahan yang di blend bersama sama. Bahan utama *smoothies* biasanya adalah buah-buahan segar dengan tambahan susu atau yogurt dan es batu. *Smoothies* dapat mencakup berbagai jenis buah – buahan. Namun, seiring berjalannya waktu sampai saat ini di awal tahun 2024 mulai banyak bermunculan bisnis yang sama. Hal tersebut ditandai dengan berdirinya UMKM yang menjual berbagai macam minuman seperti milkshake dan smoothies yang hampir sama dengan produk di UMKM Mokey tersebut. Dari segi pelayanan, fasilitas, harga, serta kualitas produk pun diberikan secara bervariasi sehingga akan terlihat unggul bagi setiap pembisnis yang ada. Hal ini lah yang menyebabkan permasalahan pada UMKM Mokey dan harus membuat strategi yang bisa berkompetisi terhadap bidangnya untuk mempertahankan dan meningkatkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pangsa pasar agar produk saat ini tidak tenggelam dan digeser oleh produk lainnya.

Berikut data penjualan produk Mokey pada periode Mei 2023 – Januari 2024 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Minuman Mokey

No.	Data Penjualan Cup/Bulan		Harga	%Pencapaian
1.	Bulan Mei 2023	Penjualan	5.000	100%
		Target	5.000	
2.	Bulan Juni 2023	Penjualan	4.700	94%
		Target	5.000	
3.	Bulan Juli 2023	Penjualan	5.300	100%
		Target	5.300	
4.	Bulan Agustus 2023	Penjualan	4.900	98%
		Target	5.000	
5.	Bulan September 2023	Penjualan	3.800	84%
		Target	4.500	
6.	Bulan Oktober 2023	Penjualan	3.200	80%
		Target	4.000	
7.	Bulan November 2023	Penjualan	2.900	73%
		Target	4.000	
8.	Bulan Desember 2023	Penjualan	2.500	63%
		Target	4.000	
9.	Bulan Januari 2024	Penjualan	2.200	55%
		Target	4.000	

(Sumber: UKM Mokey, 2024)

Dari hasil gambar diatas, dapat dilihat penjualan minuman mokey dihitung berdasarkan jumlah cup/gelas yang habis, didapatkan pada penjualan bulan Mei jumlah cup yang terjual sekitar 5.000 cup/gelas dengan targetnya mencapai 100% meningkat pada bulan Juli sekitar 5.300 cup/gelas dengan targetnya mencapai 100% dan mengalami penurunan hingga bulan Januari 2024 sekitar 2.200 cup/gelas dengan targetn mencapai 55% sehingga dibutuhkan perbaikan untuk meningkatkan penjualan tersebut.

Kualitas produk makanan atau minuman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hubungan antara pelanggan dan restoran. Pelanggan akan merasa puas jika minuman yang dibeli sesuai dengan ekspektasi pelanggan termasuk harga nya yang terjangkau, kemasan yang menarik serta cita rasa yang memuaskan. Jika kualitas produk minumannya baik, pelanggan cenderung memberikan ulasan positif dan memperoleh kepuasan tersendiri. Dalam mencari informasi mengenai

produk yang diminati, konsumen akan membandingkan dengan produk lain yang akan menghasilkan evaluasi terhadap keputusan pembelian.



UIN SUSKA RIAU

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berikut perbandingan data penjualan *milkshake* atau *smoothies* yang ada di Pekanbaru yaitu:

Tabel 1.2 Perbandingan Data Rating Penjualan *Milkshake* atau *Smoothies* di Pekanbaru

Nama Outlet	Rating	Segmentasi			
		Lokasi	Jarak dari Kampus	Varian Rasa	Luas Parkir
 <p>Thai Smoothies</p>	4,9	Lokasi di Jalan Bangau, Subrantas, Panam Dan Jalan Purwodadi, Subrantas, Panam.	Berdekatan dari kampus UR dengan jarak 5,4 km dan pusat perbelanjaan dengan jarak 950 m	Varian rasa terdiri dari <i>Mango</i> , <i>Strawberry</i> , <i>Naga</i> , <i>Avocado smoothies</i>	Luas parkir berukuran 3 x 4 m
 <p>Hello Mango</p>	4,9	Lokasi di Jalan Bangau Sakti no.25 A, Panam.	Berdekatan dari kampus UR dengan jarak 6 km dan UIN Suska dengan jarak 4,3 km	Tersedia varian rasa <i>strawberry smoothies</i> , <i>mango thai</i> , <i>avocado smoothies</i> , dan <i>dragon smoothies</i>	Parkiran yang berukuran 3 x 4 m

Berikut perbandingan data penjualan *milkshake* atau *smoothies* yang ada di Pekanbaru yaitu:

Tabel 1.1 Perbandingan Data Rating Penjualan *Milkshake* atau *Smoothies* di Pekanbaru (Lanjutan)

Nama Outlet	Rating	Segmentasi			
		Lokasi	Jarak dari Kampus	Varian Rasa	Luas Parkir
 <p>Thai Smoothies</p>	4,9	Lokasi di Jalan Bangau, Subrantas, Panam Dan Jalan Purwodadi, Subrantas, Panam.	Berdekatan dari kampus UR dengan jarak 5,4 km dan pusat perbelanjaan dengan jarak 950 m	Varian rasa terdiri dari <i>Mango</i> , <i>Strawberry</i> , <i>Naga</i> , <i>Avocado smoothies</i>	Luas parkir berukuran 3 x 4 m
 <p>Hello Mango</p>	4,9	Lokasi di Jalan Bangau Sakti no.25 A, Panam.	Berdekatan dari kampus UR dengan jarak 6 km dan UIN Suska dengan jarak 4,3 km	Tersedia varian rasa <i>strawberry smoothies</i> , <i>mango thai</i> , <i>avocado smoothies</i> , dan <i>dragon smoothies</i>	Parkiran yang berukuran 3 x 4 m

Tabel 1.1 Perbandingan Data Rating Penjualan *Milkshake* atau *Smoothies* di Pekanbaru (Lanjutan)

Nama Outlet	Rating	Segmentasi			
		Lokasi	Jarak dari Kampus	Varian Rasa	Luas Parkir
 <p>Mokey</p>	4,8	Lokasi di Jalan Garuda Sakti, (di Samping Central Panam Elektronik, Panam.	Berdekatan dari kampus UIN Suska dengan jarak 1,7 km dan UR dengan jarak 5,5 km	Tersedia varian rasa <i>chocolate</i> , <i>red velvet</i> , <i>vanilla</i> , <i>matcha milkshake</i> dengan varian donut dan <i>mango</i> , <i>strawberry smoothies</i>	Terdapat lahan parkir berukuran 2 x 3 m
 <p>Serasa Smoothies</p>	4,6	Lokasi di Jalan Buah Karya No.15, Subrantas, Panam.	Berdekatan dari Kampus UIN Suska dengan jarak 6,9 km	Tersedia varian rasa taro, red velvet, oreo, <i>mix berry</i> , <i>joyful lime</i> dengan topping boba, oreo	Terdapat lahan parkir berukuran 2 x 2 m
<p>Favrit Smoothies</p>	4,6	Lokasi di Jalan Manyar	Berdekatan dari	Tersedia varian	Terdapat parkir

		Sakti, Subrantas, Panam.	kampus UR dengan jarak 1,5 km dan UIN Suska dengan jarak 6,5 km	rasa <i>chocolate, grape, dragon smoothies, jelly alpukat, rainbow jelly ball</i>	berukuran 3 x 3 m
-----------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------	-----------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	-------------------

(Sumber: Pengamatan Data, 2023)

Hasil data tersebut didapatkan dari rating penjualan via *gofood* maupun *shopeefood*. Perolehan rating tersebut dinilai dari beberapa komponen diantaranya dari segi minat beli, varian rasa, kualitas produk, dan fasilitasnya. Dari hasil data diatas rating yang dilakukan penelitian - 5, dapat dilihat bahwa UMKM Mokey mendapatkan rating 4,8 dan berada di urutan ke-3 dari 5 UMKM *milkshake* atau *smoothies* yang diteliti. Dapat dikatakan bahwa UMKM tersebut masih berada dibawah rata – rata sehingga diperlukan strategi untuk meningkatkan penjualan tersebut. Strategi seperti *Word Of Mouth* (WOM) atau rekomendasi dari mulut ke mulut dapat dilakukan agar produk lebih terkenal lebih luas, meningkatkan kepercayaan pada konsumen karena konsumen cenderung mempercayai ulasan atau pengalaman yang dibagikan oleh teman, keluarga, daripada promosi yang berasal dari sumber-sumber resmi. Oleh karena itu, penelitian akan dilaksanakan untuk mengevaluasi pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas produk terhadap *Word Of Mouth* (WOM). Penelitian ini akan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) untuk mengumpulkan data. *Structural Equation Model* (SEM) merupakan teknik analisis multivariat yang dibangun berdasarkan teori yang mendukung penelitian ini. Permodelan ini akan digunakan untuk menjelaskan keterkaitan antara konsep kepuasan pelanggan, kualitas produk dan *Word Of Mouth* (WOM).

**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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas produk terhadap *Word Of Mouth* (WOM) dengan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM)?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *Word Of Mouth* (WOM) pada UKM Mokey Pekanbaru
2. Untuk merancang usulan strategi *Word Of Mouth* (WOM) dengan metode *Structural Equation Model* (SEM)

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
  - a. Peneliti dapat menerapkan teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan dan dapat memecahkan permasalahan dalam menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas produk terhadap *Word Of Mouth*.
  - b. Dapat menambah wawasan, ilmu dan informasi yang berguna bagi kemajuan usaha sejenis yang akan berdiri.
  - c. Sebagai bahan laporan tugas akhir mahasiswa agar memperoleh gelar sarjana Teknik di Program Studi Teknik Industri.
2. Bagi UMKM Mokey Pekanbaru  
Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi UMKM Mokey Pekanbaru sebaagi strategi untuk meningkatkan usaha tersebut dengan mengendalikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas produk agar konsumen dapat tertarik melakukan pembelian ulang dan usaha tersebut tidak mengalami kerugian.

## 1.5 Posisi Penelitian

Adapun posisi penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Posisi Penelitian

No.	Nama Penulis	Tahun	Judul	Permasalahan	Metode	Hasil
1	Khairunnisa dan Nisa	2022	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap <i>Brand</i> Produk Minuman Boba <i>Xing Fu Tang</i>	Mengetahui bagaimana pengaruh dan keterkaitan antara promosi harga, citra merek, kualitas produk dan <i>Electronic Word Of Mouth</i> (EWOM) terhadap minuman Boba <i>Xing Fu Tang</i>	<i>Word Of Mouth</i> (WOM) dan <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Promosi harga tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dikarenakan promosi harga yang diterapkan kurang mampu untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
2.	Syufriani dkk.	2022	Analisis Pengaruh <i>Coffee Shop</i> terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	Karena semakin banyaknya pesaing <i>coffee shop</i> sehingga dibutuhkan strategi terhadap pengaruh kepuasan pelanggan	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Dari hasil penelitian didapatkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3.	Fathurochid	2023	Mengukur Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Model <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Model SEM mampu memenuhi syarat minimum <i>goodness of fit</i> dalam pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada industri telekomunikasi.

Tabel 1.2 Posisi Penelitian (Lanjutan)

No.	Nama Penulis Tahun	Judul	Permasalahan	Metode	Hasil
4.	Dwiyanti dan Arifiansyah 2023	Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan <i>Word Of Mouth</i> (WOM) terhadap Keputusan pembelian di <i>Coffee Shop</i> Sudut Timur	Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian karena pelayanan di Sudut Timur yang masih kurang	<i>Word Of Mouth</i> (WOM)	Kualitas produk memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal itu menjadi suatu kelebihan yang dimiliki oleh <i>Coffee Shop</i> Sudut Timur dibandingkan yang lainnya
5.	Mashriki 2023	Pengaruh Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Mengetahui tingkat persaingan yang semakin ketat membuat upaya untuk mempertahankan pelanggan dan memberi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, variabel fasilitas dan harga memberikan pengaruh positif yang signifikan sebesar 66,5% terhadap kepuasan konsumen dan 33,5 % dipengaruhi oleh variabel lain.
6.	Fitriani 2024	Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk Milkshake Donut dan Fruit Smoothies terhadap <i>Word Of Mouth</i> (WOM) dengan menggunakan Metode <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas produk terhadap <i>Word Of Mouth</i> dan bagaimana usulan strategi <i>Word Of Mouth</i> dengan menggunakan metode <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	<i>Structural Equation Model</i> (SEM)	Dari hasil penelitian didapatkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kualitas produk, kepuasan pelanggan berpengaruh <i>word of mouth</i> , kualitas produk tidak berpengaruh terhadap <i>word of mouth</i> .

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penelitian ini secara sistematis diatur dan disusun dalam enam bab. Adapun urutan dari sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisikan tentang latar belakang, Rumusan masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian, dasar-dasar teori untuk mendukung kajian yang akan dilakukan.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang kerangka dan bagan aliran penelitian, teknik yang dilakukan, tata cara penelitian dan data yang akan dikaji serta cara analisis yang dipakai dan sesuai dengan bagan alir yang telah dibuat.

### **BAB IV PENGOLAHAN DATA**

Bab ini tentang cara pengumpulan data dan bagaimana pengumpulan datanya, analisis dan hasil yang termasuk tabel yang di peroleh.

### **BAB V ANALISA**

Bab Ini Melakukan pembahasan hasil yang diperoleh selama penelitian dan kesesuaian hasil dengan tujuan penelitian sehingga dapat menghasilkan rekomendasi.

### **BAB VI KESIMPULAN**

Bab ini berisi penguraian target pencapaian dari tujuan penelitian dan kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan bab-bab sebelumnya. Dalam bab ini penulis juga menyampaikan saran-saran perbaikan pada perusahaan.

## BAB II

# LANDASAN TEORI



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Kualitas Produk

Kualitas (*quality*) adalah serangkaian fitur dan karakteristik suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) dikutip oleh (Daga, 2017) pengertian kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” yang berarti kemampuan produk untuk tugas produk, mencakup daya tahan produk secara keseluruhan, keandalan, keakuratan, kemudahan penggunaan dan perbaikan, serta fungsi produk. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta suatu produk pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Daga, 2017).

##### 2.1.1 Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk merupakan *performance* (kinerja) yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhannya. Menurut Kotler & Kellr (2007) dikutip oleh (Daga, 2017) terdapat 8 dimensi kualitas produk adalah sebagai berikut (Daga, 2017):

- a. *Performance* (kinerja), berkaitan dengan ciri-ciri utama operasional perusahaan produk.
- b. *Durability* (daya tahan), yaitu berapa lama produk tersebut bertahan sebelum produk tersebut perlu diganti. semakin sering konsumen menggunakan suatu produk, maka semakin besar pula keawetan produk tersebut.
- c. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana kinerja dasar produk tersebut bebas cacat.
- d. *Features* (fitur), karakteristik produk yang dimaksudkan untuk meningkatkan fungsionalitas produk atau meningkatkan minat konsumen terhadap produk tersebut.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak Cipta dan Hak Moral UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- e. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa suatu produk akan berkinerja memuaskan atau gagal dalam jangka waktu tertentu.
  - f. *Aesthetics* (estetika), berkaitan dengan penampilan produk estetik, berdasarkan penampakan, rasa, bau dan bentuk produk.
  - g. *Perceived Quality* (kesan kualitas), seringkali dikatakan sebagai hasil dari penggunaan pengukuran tidak langsung, karena ada kemungkinan bahwa konsumen tidak memahami atau tidak mempunyai informasi mengenai produk yang bersangkutan.

Dengan demikian, persepsi konsumen terhadap suatu produk diperoleh dari harga, merek, periklanan, reputasi serta negara asal.

## 2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan harapan atau kekecewaan seorang pelanggan terhadap produk dapat diukur melalui kondisi emosionalnya, yaitu sejauh mana nilai produk dapat memenuhi atau melampaui ekspektasi. Kepuasan pelanggan dapat dianggap sebagai akumulasi pengalaman konsumen atau pelanggan selama penggunaan produk atau layanan dalam periode waktu tertentu. Kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai evaluasi setelah penggunaan atau pembelian produk atau layanan dimana opsi yang dibeli dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan terhadap produk tersebut. Keberhasilan suatu perusahaan dapat diukur melalui jumlah pelanggan yang berhasil diperolehnya dan hal ini dinilai dari kemampuannya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan (Fathurrochim, 2023).

Target utama suatu restoran adalah mencapai kepuasan pelanggan. Jika pelanggan merasa puas, kemungkinan besar mereka akan melakukan pembelian ulang dan dengan senang hati merekomendasikan produk tersebut kepada keluarga, teman, atau orang lain. Dengan demikian, secara tidak langsung pelanggan menjadi agen promosi produk yang memberikan dampak positif bagi restoran tersebut. Konsumen yang merasa puas adalah konsumen yang mendapatkan nilai tambah dari perusahaan, memuaskan konsumen bukan hanya berarti memberikan tambahan komposisi produk atau jasa, pelayanan maupun

### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sistem yang digunakan, melainkan mempertahankan keberadaan konsumen agar tetap berjalannya bisnis dan usaha tersebut. Dalam konsep kepuasan pelanggan terdapat dua elemen yang mempengaruhi, yaitu harapan dan kinerja. Harapan merupakan perkiraan konsumen tentang apa yang akan diterima apabila ia mengkonsumsi produk barang atau jasa, sedangkan kinerja merupakan persepsi konsumen terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk (Hessy & Sukma, 2022)

### 2.2.1 Formulasi Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan mempertimbangkan kualitas pelayanan yang diterima dibandingkan dengan harapan pelanggan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan dapat dirumuskan sebagai berikut (Adhistyo & Setyaningrum, 2020):

1. *Service quality < expectation*

Apabila kondisi ini terjadi, dapat diartikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak hanya kurang memuaskan, tetapi juga tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Ketidaksesuaian antara kualitas pelayanan dan harapan pelanggan ini akan menghasilkan ketidakpuasan.

2. *Service quality = expectation*

Apabila nilai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sama dengan harapan pelanggan, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan tersebut tidak memiliki keunggulan atau keistimewaan tertentu. Pada situasi ini, tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan bersifat biasa sesuai dengan harapan mereka.

3. *Service quality > expectation*

Jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga memberikan kepuasan dan kegembiraan, dapat dianggap bahwa kualitas pelayanan yang lebih tinggi daripada harapan pelanggan. Pada kondisi ini, tercipta kepuasan pelanggan yang sangat istimewa yang sering disebut sebagai pelayanan prima (*excellent service*) yang selalu diharapkan oleh pelanggan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 2.2.2 Faktor – Faktor Tingkat Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan pelanggan dapat diukur berdasarkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Faktor utama yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut (Adhistyo & Setyaningrum, 2020):

#### 1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memiliki kualitas yang baik.

#### 2. Kualitas Pelayanan

Kepuasan pelanggan terkait dengan pelayanan yang sesuai dengan harapan mereka terutama dalam bidang industri jasa.

#### 3. Aspek Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum ketika mereka menggunakan merk tertentu yang cenderung memberikan tingkat kepuasan yang tinggi.

#### 4. Harga

Produk dengan kualitas yang setara namun ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau akan memberikan nilai tambah kepada konsumennya.

#### 5. Biaya

Pelanggan cenderung merasa puas terhadap suatu produk atau jasa jika mereka tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau waktu yang berlebihan untuk mendapatkannya.

### 2.2.3 *SERVQUAL (Service, Quality, dan Satisfaction)*

Metode *SERVQUAL (Service, Quality dan Satisfaction)* adalah metode kualitas jasa yang banyak digunakan sebagai acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa. *SERVQUAL* dipakai untuk mengatur tingkat kualitas layanan pada bidang pemasaran dengan menentukan *gap* antara harapan dan persepsi penggunaan layanan. Terdapat 5 dimensi pengukuran yang digunakan, yaitu sebagai berikut (Hakim dan Sari, 2018):

#### 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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. *Reliability* (Kehandalan), Merujuk pada kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal.
2. *Responsiveness* (Daya Tanggap), Sebagai usaha untuk membantu pelanggan serta memberikan perhatian yang tepat.
3. *Assurance* (Jaminan), Berisi tentang karyawan yang sopan dan berpengetahuan luas serta memberikan rasa percaya dan keyakinan.
4. *Empathy* (Empati), Mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna.
5. *Tangibles* (Bukti Fisik), Berisi fasilitas fisik, perlengkapan, serta tampilan dari personalia dan kehadiran pengguna.

### 2.3 *Word of Mouth* (WOM)

*Word of Mouth* (WOM) merupakan suatu komunikasi (secara personal maupun non personal) yang disampaikan oleh individu lain, organisasi, maupun pelanggan. Istilah “*Word of Mouth*” merujuk pada proses dimana informasi mengenai suatu produk, yang bisa berasal dari media massa, interaksi sosial, atau pengalaman konsumsi yang diteruskan kepada orang lain. Dalam proses ini, informasi tersebut menyebar dari mulut ke mulut ke berbagai arah. Indikator *Word of Mouth* (WOM) menurut Widayastuti dan Erfian (2012) dikutip oleh (Puspasari, 2019) yaitu memberikan rekomendasi positif tentang perusahaan, merekomendasikan perusahaan kepada teman atau kolega, serta memberikan saran kepada teman yang mencari perusahaan serupa (Puspasari, 2019).

*Word of Mouth* (WOM) termasuk dalam strategi pemasaran yang tidak memerlukan biaya karena melibatkan komunikasi mulut ke mulut. Umumnya, strategi ini digunakan oleh konsumen yang merasa bahwa kebutuhan mereka telah terpenuhi oleh suatu produk. Jika konsumen menilai bahwa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan memenuhi ekspektasi atau harapan mereka, hal ini akan berdampak positif bagi perusahaan. Dalam konteks ini, konsumen secara tidak langsung berperan sebagai agen penjualan, dimana mereka berbagi pengalaman mereka kepada calon konsumen lain. Ini menjadi peluang untuk menarik konsumen atau target pasar baru. Menurut Kotler (2017) dikutip oleh (Daga,

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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2017), mendefinisikan *Word of Mouth* (WOM) sebagai komunikasi tatap muka tentang produk antara pembeli yang memenuhi syarat, tetangga, teman, anggota keluarga, dan kolega (Daga, 2017). Promosi dari mulut ke mulut merupakan metode dan usaha dalam memasarkan produk, sehingga promosi ini sebagai langkah komunikasi pemasaran yang menekankan pada rekomendasi dari konsumen. Ulasan positif dari konsumen dapat menciptakan pelanggan potensial. Review yang positif dapat mencakup kepuasan konsumen dan kualitas layanan yang diberikan, yang kemudian dapat memberikan komunikasi persuasif dan meyakinkan bagi calon pelanggan untuk menggunakan produk dan kualitas layanan, hal ini secara tidak langsung dapat mengubah mereka menjadi pelanggan setia. Secara mendasar, kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh *Word of Mouth* (WOM), citra merek, dan kualitas layanan (Itasari, dkk., 2020).

### 2.3.1 Karakteristik *Word of Mouth* (WOM)

Karakteristik penting dari *Word of Mouth* atau promosi mulut ke mulut adalah sebagai berikut (Itasari, dkk., 2020) :

a) Kepercayaan (kredibel)

Karakteristik ini muncul ketika seseorang memiliki kepercayaan pada orang lain yang sudah dikenal dan dihormati. Oleh karena itu, *Word of Mouth* (WOM) sangat berpengaruh.

b) Pribadi (personal)

*Word of Mouth* (WOM) dapat menjadi suatu dialog yang sangat akrab, mencerminkan fakta, pendapat, dan pengalaman pribadi.

c) Tepat waktu (relevan)

Terjadi ketika orang menginginkannya, tertarik, dan sering mengikuti acara atau pengalaman yang memiliki makna bagi mereka.

### 2.3.2 Dimensi *Word of Mouth* (WOM)

Manfaat dari *Word of Mouth* (WOM) atau promosi dari mulut ke mulut bagi perusahaan dan bisnis adalah meningkatkan popularitas merk dan peningkatan penjualan tanpa perlu menghabiskan banyak biaya. Saat

#### 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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempromosikan produk atau merk, diperlukan strategi yang dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Dalam mengembangkan strategi *Word of Mouth* (WOM), terdapat 4 dimensi *Word of Mouth* (WOM) yaitu :

- a. *Intensity* (*activity, volume* dan *dispersion*)
- b. *Positive valance Word of Mouth* (WOM)
- c. *Negative valance Word of Mouth* (WOM)
- d. *Word of Mouth* (WOM) *content*

#### 2.4 *Structural Equation Model* (SEM)

*Structural Equation Modelling* (SEM) merupakan salah satu metode yang digunakan dalam menganalisis model persamaan jalur. Menurut Jogiyanto (2011) menyatakan bahwa *Structural Equation Modelling* (SEM) merupakan salah satu teknik analisis yang digunakan untuk melakukan pengujian dan estimasi pada hubungan kausal dengan mengintegrasikan jalur dan analisis faktor (Hamid dan Anwar, 2019).

Sebuah pemodelan lengkap terdiri dari model pengukuran (*measurement model*) dan *structural model*. Model pengukuran dilakukan untuk menghasilkan penilaian mengenai validitas dan validitas diskriminan, sedangkan model struktural menggambarkan hubungan – hubungan yang dihipotesiskan. Untuk melakukan olah data *Structural Equation Modelling* (SEM) dapat menggunakan *software* SmartPLS (*Partial Least Square*) (Akbar, dkk., 2022).

##### 2.4.1 Asumsi dalam *Partial Least Square* (PLS)

Pendekatan PLS tepat digunakan untuk analisis SEM dengan landasan teori yang lemah dan tidak diharuskan memenuhi asumsi SEM berbasis kovarian. Menurut Sarwono dan Narimawati (2019), asumsi yang ada dalam *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) adalah sebagai berikut:

1. SEM-PLS tidak harus mengikuti asumsi normalitas, memungkinkan menggunakan data yang tidak berdistribusi normal
2. Dapat menggunakan ukuran sampel yang kecil sedangkan SEM berbasis kovarian mengharuskan ukuran sampel besar. Hal ini dapat memberikan keuntungan bagi pengguna yang sulit mengumpulkan data dalam jumlah besar

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Tidak perlu randomisasi sampel sehingga teknik non-probability sampling seperti *purposive sampling* dapat digunakan dalam SEM-PLS
4. Diperbolehkan pengukuran indikator secara reflektif dan informatif. Sedangkan SEM berbasis kovarian hanya menggunakan indikator reflektif
5. Mengizinkan adanya variabel laten dengan skala nominal
6. *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) tepat digunakan sebagai pengembangan teori pada tahap awal
7. Pendekatan regresi linear dalam SEM-PLS memperlakukan variabel endogen sebagai variabel yang diprediksi nilainya

#### 2.4.2 **Komponen *Structural Equation Modelling* (SEM)**

*Structural Equation Modelling* (SEM) terdiri dari dua bagian, yaitu sebagai berikut (Akbar, dkk., 2022):

- 1) Variabel laten (*unobserved variable* atau *latent variable*), merupakan suatu variabel yang tidak dapat diamati secara langsung, tetapi dapat direpresentasikan oleh beberapa variabel indikator lain. Variabel laten terdiri dari variabel laten endogen atau variabel terikat dan variabel laten eksogen atau variabel bebas. Variabel laten eksogen ialah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain sedangkan variabel laten endogen ialah variabel laten yang dijelaskan oleh variabel laten eksogen (efek dari variabel laten eksogen). Dalam model, variabel endogen ditunjukkan oleh anak panah yang menuju kepadanya sedangkan variabel eksogen ditandai dengan panah yang keluar dan bertuju pada variabel endogen.
- 2) Variabel teramati (*observed variable* atau *measured variable*) / variabel manifes, merupakan variabel indikator yang didapatkan melalui berbagai macam metode pengumpulan data seperti surveil. Variabel indikator terbagi menjadi dua yaitu, variabel indikator eksogen/independen (X) dan variabel endogen/dependen (Y).

#### 2.4.3 **Tahapan dalam *Structural Equation Model* (SEM)**

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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terdapat beberapa tahapan dalam *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan *software* SmartPLS yang dilakukan untuk melakukan uji sebagai berikut:

### 2.4.3.1 Outer Model (Model Pengukuran / Measurement Model)

Model pengukuran (*Measurement Model*) ialah evaluasi model yang digunakan untuk melihat hubungan antara variabel dengan indikator yang dilihat dari hubungan antar variabel laten dengan indikatornya atau pengukurannya. Dalam model ini terdapat 2 model pengukuran yang digunakan yaitu sebagai berikut (Hamid dan Anwar, 2019):

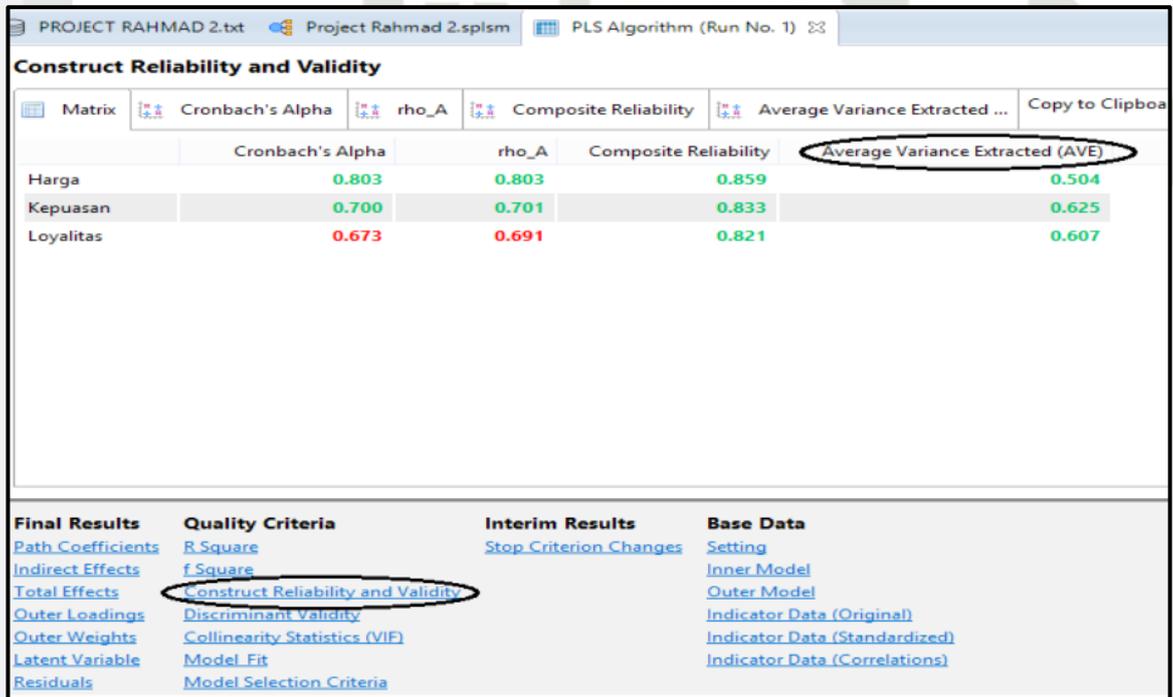
#### A. Uji Validitas Konstruk

Uji validitas berhubungan dengan mengukur suatu peubah apa yang seharusnya diubah. Uji Validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur tingkat keefektifan suatu alat ukur atau media ukur untuk memperoleh data. Biasanya digunakan untuk mengukur seberapa efektif suatu kuesioner untuk memperoleh data, lebih tepat untuk pertanyaan-pertanyaan yang diajukan di kuesioner (Janna & Herianto, 2021). Pengujian validitas terdiri dari beberapa indikator reflektif yang dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai berikut (Hamid dan Anwar, 2019):

1. Validitas konvergen, berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas konvergen dapat dilihat dari nilai *loading factor* dengan *rule of thumb* untuk masing – masing indikator  $> 0,7$  untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan antara  $0,6 - 0,7$  untuk penelitian yang bersifat *exploratory* serta nilai *Average Inflation Factor* (AVE) harus  $> 0,5$  artinya semua indikator dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian karena memenuhi kriteria validitas konvergen (Hamid dan Anwar, 2019).
2. Validitas deskriminan, berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi, dengan melihat *cross loading* untuk setiap variabel harus  $> 0,7$ . Cara lain yang dilakukan yaitu membandingkan nilai *Square Root of Average Extracted* (AVE)

dengan korelasi lain, maka dapat dikatakan nilai validitas deskriminan yang baik. Sehingga uji validitas deskriminan digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu sifat tersebut berbeda. hasil analisis menunjukkan bahwa setiap blok indikator berada suatu konstruk diwakili lebih besar dibandingkan blok indikator dengan rata rata nilai AVE untuk masing – masing indikator > 0,6. Hasil tersebut sudah memenuhi kriteria yang menyatakan masing masing indikator nilai AVE diatas 0,5 sehingga validitas diskriminan dalam penelitian dinyatakan valid (Hamid dan Anwar, 2019).

Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk menyatakan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berikut contoh tampilan uji validitas *software* SmartPLS (*Partial Least Square*) adalah sebagai berikut (Hamid dan Anwar, 2019):



Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Copy to Clipboard
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	
Harga	0.803	0.803	0.859	0.504	
Kepuasan	0.700	0.701	0.833	0.625	
Loyalitas	0.673	0.691	0.821	0.607	

Gambar 2.1 Tampilan Uji Validitas menggunakan *Software* SmartPLS (Sumber: Hamid dan Anwar, 2019)

## B. Uji Reliabilitas

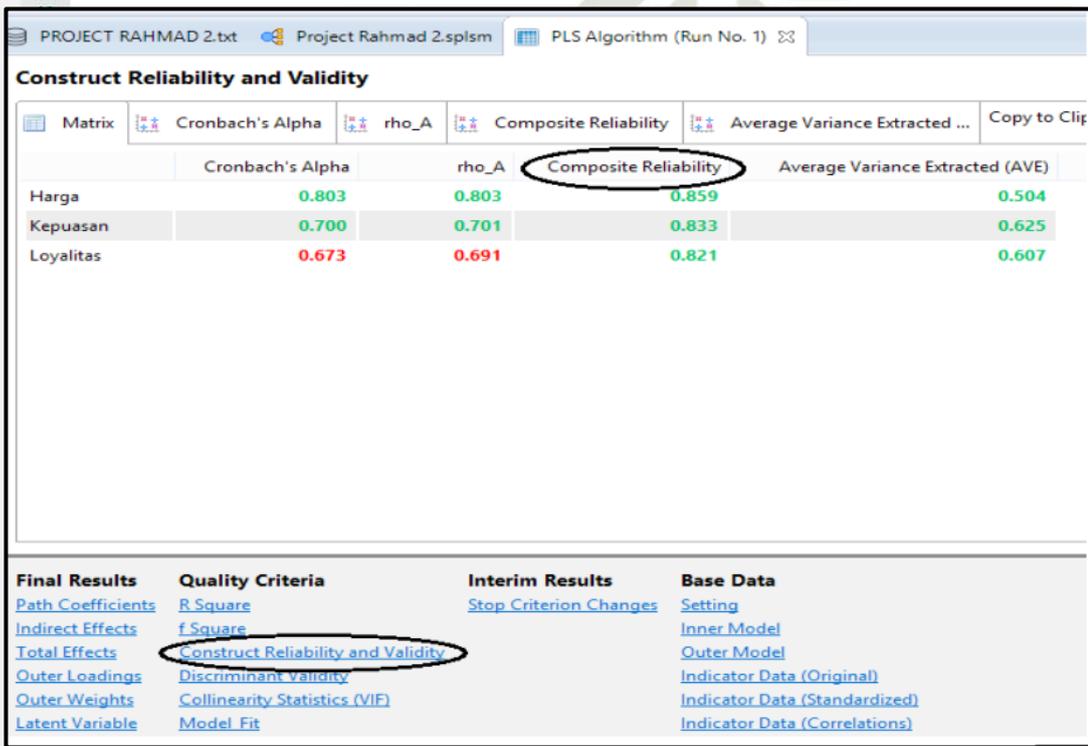
Daam PLS-SEM selain uji validitas juga dilakukan pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan dinyatakan untuk menegaskan keakurasian, konsistensi, dan keandalan instrument dalam mengukur konstruk. Mengukur

- 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 UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

reliabilitas suatu konstruk dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. *Rule of Thumb* untuk mlenilai reliabilitas konstruk adllalah nilai *Composite Reliability* harus  $> 0.70$ . Namun demikian, penggunaan *Cronbach's Alpha* untuk menlguji reliabilitas konstruk akan memberi nilai yang lekbih rendah (*under estimate*) sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *Composite Reliability*. Berikut contoh tampilan uji reliabilitas *software* SmartPLS (*Partial Least Square*) adalah sebagai berikut (Hamid dan Anwar, 2019):



	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted ...	Copy to Clip
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	
Harga	0.803	0.803	0.859	0.504	
Kepuasan	0.700	0.701	0.833	0.625	
Loyalitas	0.673	0.691	0.821	0.607	

Gambar 2.2 Tampilan Uji Reliabilitas Menggunakan *Software* SmartPLS (Sumber: Hamid dan Anwar, 2019)

### 2.4.3.2 Inner Model

*Inner model* adalah kerangka struktural yang digunakan untuk meramalkan keterkaitan sebab akibat atau memprediksi hubungan kausal antara variabel laten dan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Terdapat beberapa komponen item yang digunakan sebagai kriteria dalam penilaian *inner model* yaitu

A. *R-Square* ( $R^2$ )

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

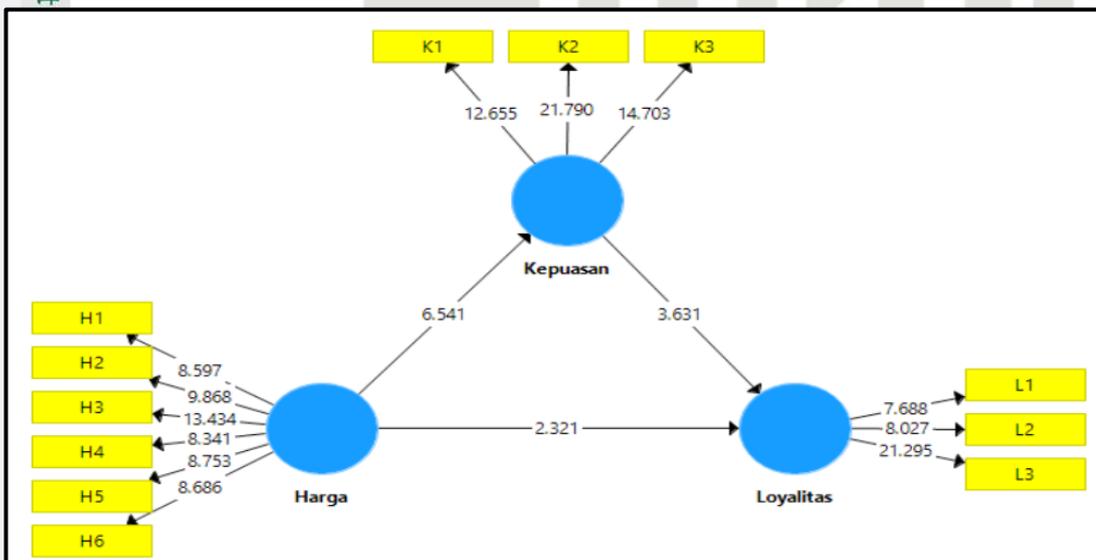
Pengujian *R-Square* merupakan cara untuk mengukur tingkat kebaikan suatu model struktural. Nilai *R-Square* digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen. Apabila diperoleh R2 sebesar 0,75 mengindikasikan bahwa model dikategorikan baik. Nilai *R-Square* digunakan sebagai indikator untuk mengukur seberapa besar variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen.

**B. Q-Square Predictive Relevance**

Pengujian lainnya adalah *predictive relevance* (*Q2*) atau dikenal dengan Stone-Geisser's. Uji ini digunakan untuk mengukur seberapa baik estimasi parameter yang diperoleh model. Nilai dari *Q-Square* berada diantara 0-1 dan semakin besar nilainya, maka model semakin baik.

*Path Coefficients* merupakan nilai koefisien jalur struktural (koefisien jalur) yang menunjukkan parameter hubungan antara variabel laten dan indikator serta nilai signifikannya, dapat digunakan untuk menghitung uji hipotesis. *Path coefficients* pada SEM-PLS (*Structural Equation Model – Partial Least Square*) biasanya ditunjukkan dalam bentuk matrik jalur (*path matrix*). Nilai positif dari koefisien rute menunjukkan arah hubungan positif antara dua variabel, sedangkan nilai negatif menunjukkan arah hubungan negatif (Hamid dan Anwar, 2019).

Contoh gambar model struktural (*inner model*) adalah sebagai berikut



Gambar 2.3 Model Struktural Menggunakan Software SmartPLS

(Sumber: Hamid dan Anwar, 2019)

### 2.4.3.3 Uji Hipotesis (*Bootstraping*)

Hipotesis adalah pernyataan mengenai hubungan sebab akibat antara variabel yang akan diuji dalam sebuah penelitian. Analisa pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah hipotesa yang telah ditentukan di awal terbukti atau tidak. Dalam pengujian hipotesis, keputusan mengenai penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dilihat dari nilai probabilitas (*p-value*) dan nilai (*t-statistic*). Untuk nilai probabilitas, nilai *p-value* dengan alpha 5% adalah kurang dari 0,05 sedangkan untuk nilai *t*-tabel dengan alpha 5% adalah 1,96. Terdapat batasan dalam penerimaan atau penolakan hipotesis  $>1,96$  untuk hipotesis *two-tailed*, atau  $<1,64$  untuk hipotesis *one-tailed* sehingga (Kurniasih, 2021) :

1. Nilai *t*-statistik akan diterima jika nilai *t*-hitung atau *t*-statistik lebih dari ( $>$ ) 1,64 dan nilai *P-value* akan diterima jika kurang dari ( $<$ ) 0,05.
2. Nilai *t*-statistik akan ditolak jika nilai *t*-hitung atau *t*-statistik kurang dari ( $<$ ) 1,64 dan nilai *P-value* akan ditolak jika lebih dari ( $>$ ) 0,05.

$H_0$  dinyatakan diterima apabila nilai *p-value*  $<$  0,05

$H_0$  dinyatakan ditolak apabila nilai *p-value*  $>$  0,05

Jika  $H_0$  diterima maka hasilnya berdampak signifikan, namun jika  $H_0$  ditolak maka hasilnya berdampak tidak signifikan (Rosida dan Nuryana, 2024).

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

# METODOLOGI PENELITIAN



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

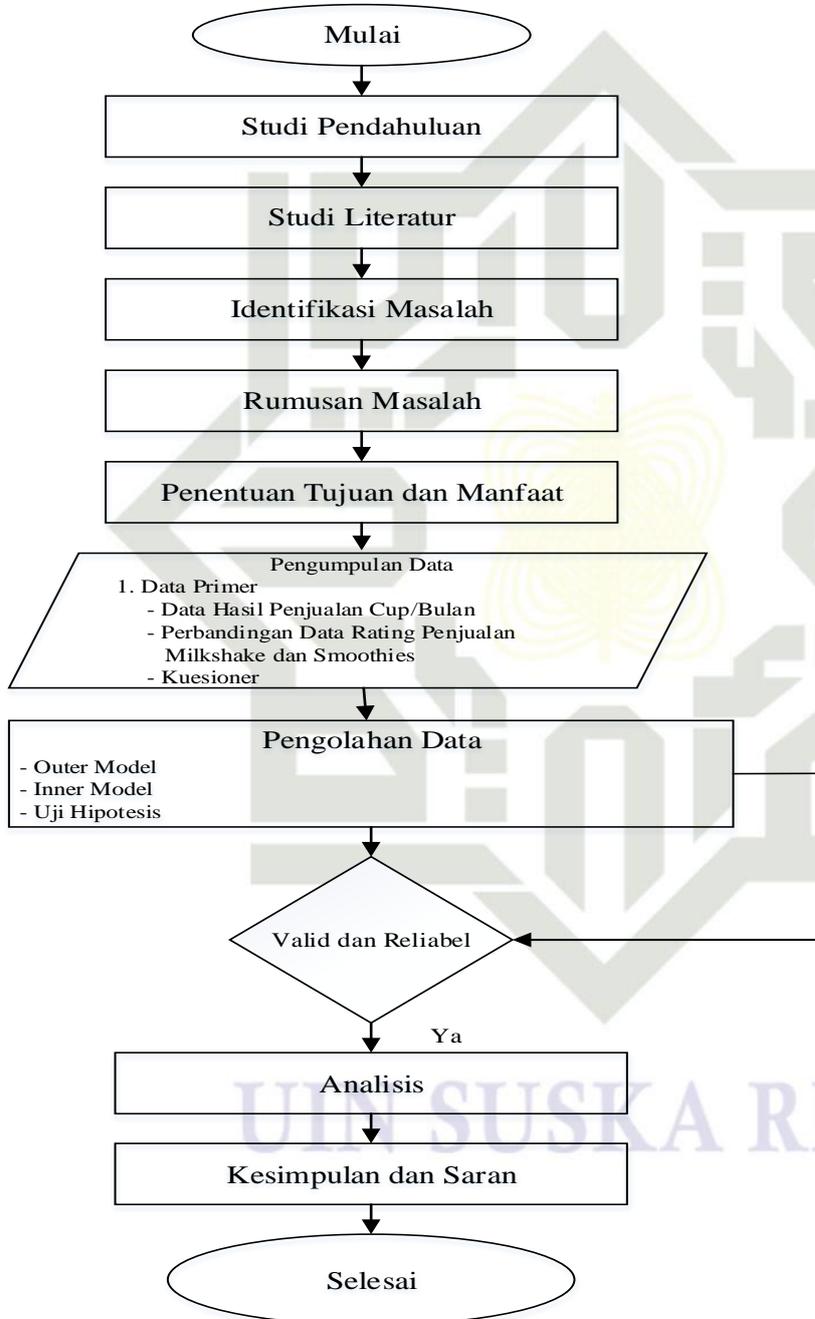
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian suatu langkah atau tahapan yang akan dilakukan dapat dilihat pada alur sebagai berikut:



Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian

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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan suatu langkah persiapan yang dilakukan untuk menetapkan objek dan subjek penelitian yang sesuai dengan tema utama penelitian. Melalui studi pendahuluan, penelitian dapat lebih terarah, memastikan bahwa fokus kajian penelitian sesuai dengan kebutuhan. Objek penelitian dilakukan di lokasi yang beralamat di Jl. Garuda Sakti Km 1,5 disamping Central Panam Elektronik, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Riau. Permasalahan yang terdapat pada UMKM Mokey yaitu semakin banyak pesaing pada pasar yang menjual produk yang sama dengan membuat berbagai varian supaya terlihat lebih unggul dari pasar lainnya sehingga menyebabkan UMKM Mokey makin berkurang kepuasan pelanggannya dan harus membuat strategi agar dapat mempertahankan pangsa pasar mereka.

### 3.2 Studi Literatur

Studi literatur bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara sistematis dalam penelitian. Data dan informasi ataupun kajian literatur yang diperoleh dari buku ataupun jurnal terkait. Kemudian, data dan informasi yang diperoleh sebagai bahan pertimbangan dalam menunjang keberhasilan dalam penelitian tersebut.

### 3.3 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dilakukan dengan merinci terkait dengan permasalahan yang sedang dihadapi oleh peneliti, serta mencari solusi yang ditemukan dalam literatur tersebut dengan tujuan mendapatkan pemahaman yang relevan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Identifikasi masalah melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber, seperti observasi atau wawancara serta penyebaran kuesioner. Hal ini dilakukan untuk mengetahui dampak kepuasan pelanggan, kualitas produk, serta minat beli pada UMKM Mokey.

### 3.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah upaya untuk menyajikan pernyataan yang hendak dijawab. Uraian masalah dapat dikatakan sebagai gambaran konkrit tentang cakupan permasalahan yang sedang di teliti. Hal ini berfokus pada

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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keberadaan rumusan masalah penelitian dan menetapkan jenis data yang diperlukan untuk menjalankan penelitian tersebut.

### 3.5 Penentuan Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penelitian ini berguna sebagai acuan dalam kesimpulan akhir pada laporan penelitian dan menjawab dari rumusan masalah. Tujuan penelitian dalam menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) untuk mengumpulkan data keterkaitan antara pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas produk terhadap *Word of Mouth* (WOM) pada UMKM Mokey tersebut.

Manfaat yang dicapai dalam penelitian ini akan menjadi dasar evaluasi pada UMKM Mokey dalam meningkatkan strategi usaha UMKM Mokey agar tidak tersaing oleh pangsa pasar lain.

### 3.6 Pengumpulan Data

Data merupakan suatu bahan dari kumpulan keterangan serta informasi terkait objek yang di teliti dari lokasi penelitian. Sumber data ialah subjek darimana data tersebut didapatkan. Data yang diperoleh namun belum diolah lebih lanjut dapat menjadi sebuah fakta atau anggapan. Terdapat tiga cara dalam memperoleh data, yaitu :

#### 1. Wawancara

Wawancara ialah percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Proses wawancara ini dilakukan kepada *owner* dan karyawan UMKM Mokey dengan meminta data penjualan selama 1 bulan.

#### 2. Observasi

Observasi ialah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati langsung ke tempat penelitian. Peneliti mempunyai kedudukan sebagai pengamat sehingga interaksi hanya terbatas. Melalui observasi, peneliti dapat mencatat apa yang mereka lihat dan mendapatkan gambaran tentang objek yang akan di teliti sehingga didapatkan perbandingan data rating penjualan *milkshake* dan *smoothies* yang ada di Pekanbaru.

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Kuesioner

Kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan profil atau biodata responden. Terdapat beberapa pernyataan – pertanyaan dalam kuesioner yang harus dijawab oleh responden dimana kriteria dalam penelitian yang harus diisi mengenai kepuasan pelanggan, kualitas produk, *Word of Mouth* (WOM) dan minat beli pada UMKM Mokey.

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu :

#### 1. Data Primer

Data primer berisi jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya sebagai bahan dasar pembuatan kuesioner dengan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas produk terhadap *Word of Mouth* (WOM) dan disebarkan kepada konsumen yang saat itu sedang membeli produk *milkshake donut* dan *fruit smoothies* di UMKM Mokey. Data ini bisa dilakukan dengan wawancara dan observasi secara langsung pada tempat penelitian tersebut. Hasil wawancara yang didapatkan yaitu mengenai data hasil penjualan cup/ bulan serta hasil observasi nya dengan melakukan survei rating penjualan produk yang setara terhadap pangsa pasar lain.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder berisi data yang sudah ada terlebih dahulu. Data sekunder ini didapatkan secara tidak langsung dan berupa gambaran secara keseluruhan tentang tempat penelitian. Data sekunder yang didapat berupa profil perusahaan, struktur organisasi, dan sejarah perusahaan.

### 3.7 Menentukan Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah general yang terdiri dari objek maupun subjek dimana objek maupun subjek memiliki kuantitas dan karakter tertentu yang akan ditetapkan oleh peneliti lalu ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, penulis mendefinisikan populasi pada penelitian yaitu generasi Z yang berdomisili di Pekanbaru dengan rentang usia 17-27 tahun.

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi yang kemudian diterik dengan menggunakan teknik pengambilan sampel. Oleh karena itu, sampel yang diambil dianggap mewakili populasi. Pengambilan sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus lemeshow yang digunakan peneliti untuk menghitung ukuran sampel dari total populasi yang tidak diketahui secara pasti dalam penelitian kuantitatif. Terdapat kriteria pada penelitian ini untuk pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

- 1) Responden merupakan gen Z yang berdomisili di Pekanbaru
- 2) Responden memiliki rentang usia 17 – 27 tahun
- 3) Responden yang mengetahui produk Mokey
- 4) Responden yang sedang membeli produk Mokey

### 3.8 Pengolahan Data

Pengolahan data didapatkan dari kuesioner yang sudah disebar maka akan diuji data tersebut apakah valid ataupun tidak. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

#### 3.8.1 Tahapan Metode *Structural Equation Model* (SEM)

Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan dalam metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan *software* Smart PLS 3.0, diantaranya yaitu:

##### 3.8.1.1 *Outer Model*

*Outer model* atau *Measurement Model* atau model pengukuran bertujuan untuk menitikberatkan pada pemeriksaan hubungan variabel laten dengan indikatornya. Variabel laten ialah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung dan memerlukan indikator sebagai proksinya atau perantara. *Outer model* digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas model dengan menggunakan beberapa uji sebagai berikut:

- A. Uji Validitas Konvergen (*konvergen validity*), bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel latennya. Indikator dianggap valid jika memiliki tingkat validitas yang tinggi

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ketika nilai *outer loadings*  $> 0,70$  dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) diatas 0,6. AVE ialah nilai rata rata presentase skor varian yang di ekstraksi variabel laten melalui *outer loadings* atau *loading factor*.

- B. Uji Reliabilitas Komposit (*composit reliability*), bertujuan untuk mengetahui reliabilitas konstruk yang dapat diukur dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* dan *composit reliability*. *Cronbach Alpha* digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk sedangkan *composit reliability* digunakan untuk mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Sehingga nilai *composit reliability* dinilai lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila nilai *composit reliability* sebesar  $> 0,7$ .

#### 3.8.1.2 Inner Model

*Inner model* bertujuan menggambarkan signifikansi hubungan pengaruh antara variabel laten dan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung seperti kepuasan pelanggan, kualitas produk, *Word Of Mouth*. Hubungan kausal yang terbentuk dinyatakan dalam beberapa hipotesis yang akan dikembangkan peneliti.

#### 3.8.1.3 Uji Hipotesis (*Bootstraping*)

Uji hipotesis dilakukan dengan teknik *bootstraping* yang digunakan adalah data yang sudah dilakukan dengan tahapan *measurement*. Uji hipotesis termasuk ke dalam *structural model* dan menunjukkan hubungan yang telah di hipotesiskan dengan praktik simulasi. Uji hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan dan signifikansi hubungan setiap variabel latennya. Uji hipotesis dilakukan dengan membandingkan t-Statistic dengan P-value dimana t-Statistic harus lebih besar daripada P-value.

#### 3.9 Analisa

Analisa bertujuan untuk menyusun data dengan cara yang bermakna sehingga mudah dipahami. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan, maka tahap selanjutnya melakukan analisa dari pengolahan data. Setelah pengolahan data akan dianalisis untuk mendapatkan solusi dari permasalahan

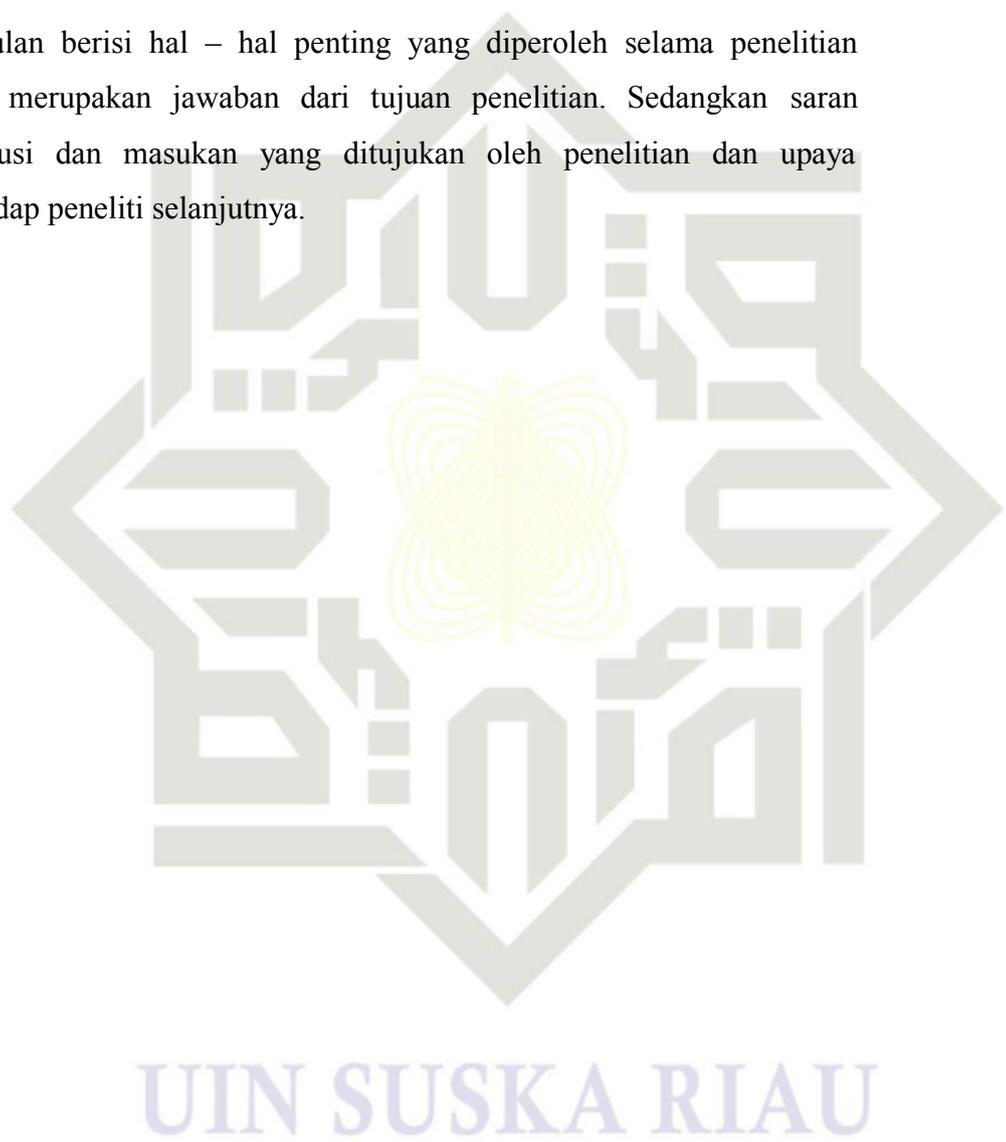
yang ada. Berdasarkan output analisis data dapat diperoleh dari hasil analisis persamaan model struktural dimana melihat besarnya pengaruh pada masing – masing variabel laten secara langsung (*standardized direct effect*) maupun tidak langsung (*standardized indirect effect*).

### 3.10 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan berisi hal – hal penting yang diperoleh selama penelitian dilakukan dan merupakan jawaban dari tujuan penelitian. Sedangkan saran merupakan solusi dan masukan yang ditunjukan oleh penelitian dan upaya perbaikan terhadap peneliti selanjutnya.

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB VI PENUTUP



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang didapatkan, dapat di ketahui bahwa:

1. Terdapat 2 dari 3 hipotesis yang diterima yaitu :

↳ Kepuasan Pelanggan -> Kualitas Produk

↳ Kualitas Produk -> *Word Of Mouth*

Dari hasil hipotesis yang diterima, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi kualitas produk untuk memberikan pelayanan yang baik maka kualitas produk perlu ditingkatkan agar menciptakan rasa puas kepada pelanggan, serta kualitas produk yang baik akan memengaruhi seseorang dengan cara *word of mouth* seperti menambah varian rasa atau memperbaiki desain kemasan. Selain itu, 1 hipotesis yang ditolak karena belum memenuhi kriteria yang ditetapkan yaitu semakin berkurangnya konsumen dikarenakan minim promosi dari UMKM tersebut.

2. Dengan memahami dan menerapkan strategi berdasarkan analisis SEM, UMKM Mokey dapat lebih efektif dalam memanfaatkan *word of mouth* sebagai alat pemasaran yang powerful, meningkatkan visibilitas merek sehingga mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

### 6.2 Saran

Saran yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengolahan data yang digunakan menggunakan metode *Structural Equation Model* sangat membantu dalam menganalisis data konstruk.
2. Untuk UMKM Mokey diharapkan dapat lebih meningkatkan aspek kepuasan pelanggan, kualitas produk terhadap *word of mouth* pada UMKM nya.
3. Peneliti selanjutnya dapat menggali lebih luas variabel orang untuk mencapai hasil yang terbaik.

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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# DAFTAR PUSTAKA



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhastyo, T. (2020). Studi Kepuasan Konsumen Pada Peacock Coffee Gajah Mada Semarang. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 38-48.
- Akbar, A., Kusuma, B. N., Jamaludin, W., & Putri, S. H. (2022). Pengaruh Disiplin, Fasilitas, Lingkungan dan Kompensasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Menggunakan Metode Structural Equation Modeling (SEM) Pada Bagian Office di PT. Sulzer Indonesia. *Jurnal Teknologika*, 12(2), 254-261.
- Buchastuti, D., & Bandur, A (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian : dengan analisis NVIVO, SPSS, dan AMOS. Penerbit Mitra Wacana Media. Jakarta
- Daga, R. (2017). Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan. *Global Research and Consulting Institute*. Sulawesi Selatan.
- Dwiyanti, A. Y., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffe Shop Sudut Timur. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 605-616.
- Fachillah, M., & Cahya, A. D. (2022, July). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen dengan word of mouth sebagai variabel moderasi. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 24, No. 3, pp. 607-617).
- Fathurrochim, M. A., Nurwahyudianto, D., Wijanarko, I. P., Wulandari, V., Mudhofar, M., & Saputra, A. A. (2023, March). Mengukur Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Model Structural Equation Modelling (SEM). In *Prosiding SENASTITAN: Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan* (Vol. 3).

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hakim, L., & Sari, M. R. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pt. Tiki Lubuklinggau Menggunakan Metode Servqual. *JUSIM (Jurnal Sistem Informasi Musirawas)*, 3(2), 56-68.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modelling* Berbasis Varian : Konsep Dasar dan Aplikasi dengan program SMARTPLS. PT. Inkubator Penulis Indonesia.
- Hesly, B., & Silitonga, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Word Of Mouth Di Soto Mie Bogor Pak Kadir Jakarta Garden City. *Human Capital Development*, 9(2), 16-27.
- Iskandar, A. H., & Sutejo, B. (2023). Analisis Pengaruh *Celebrity Endersment*, *Brand Image* Dan *Price Perception* Terhadap *Purchase Intention* (Studi Pada Konsumen Produk Kahf (Personal Care For Man) Di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 1033-1039.
- Itasari, A. A., Hastuti, N. H., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh word of mouth, electronic word of mouth dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *ETTISAL: Journal of Communication*, 5(2), 260-271.
- Jana, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Kharunisa, A., & Nisa, P. C. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Brand Produk Minuman Boba Xing Fu Tang. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 195-205.
- Kurniasih, D. (2021) Kepuasan konsumen : studi terhadap *word of mouth*, kualitas layanan dan citra merek. Banten: Bintang Sembilan Visatama.
- Kusriyono, T., & Nurelasari, E. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Bonding dan Purchase to Intention. *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 235-242.
- Murtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun

Kuliner Canditanggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1), 391-402.

Nurhaliza, S., Asnawi, M., & Nasution, U. H. (2022). Pengaruh Kreativitas dan Pembinaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM di Kelurahan Nelayan Indah Medan Labuhan. *Prosiding Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dharmawangsa*, 1(1), 62-71.

Puspasari, Anita. "Pengaruh kualitas produk terhadap word of mouth melalui kepuasan pelanggan." *Sumber* 1.1.168 (2014): 1-010.

Sanaky, M. S. I. (2021). *Pengaruh Penggunaan Teknologi Handphone Terhadap Moral Siswa Mi Muhammadiyah Gondang Mungkid Magelang* (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).

Wijanto, E. (2013). Pengaruh Leader Member Exchange Terhadap Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja dan Komitmen Organisasional Karyawan Departemen Penjualan Pada PT. X. *Agora*, 1(1), 627-636.

Winasis, C. L. R., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.

Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh celebrity endorser Hamidah Rachmayanti terhadap keputusan pembelian produk online shop mayoutfit di Kota Bandung. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 43-55.

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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# LAMPIRAN



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN KUALITAS  
PRODUK MILKSHAKE DONUT DAN FRUIT SMOOTHIES  
TERHADAP WORD OF MOUTH (WOM) DENGAN  
STRUCTURAL EQUATION MODEL (SEM)**

Dengan hormat,

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan saya Wulan Fitriani mahasiswi Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “**Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Produk *Milkshake Donut dan Fruit Smoothies Terhadap Word Of Mouth (WOM) Dengan Metode Structural Equation Model (SEM)***”

Adapun kriteria responden sebagai berikut :

1. Berdomisili di Panam, Pekanbaru
2. Masyarakat yang berusia 17-27 tahun
3. Mengetahui produk Mokey
4. Sedang membeli produk Mokey

Segala informasi yang diberikan dalam kuisinoer ini akan terjamin kerahasiaannya dan hanya digunakan sebagai kepentingan penelitian Tugas Akhir. Oleh karena itu, saya mohon ketersediaan Saudara/i untuk dapat meluangkan waktu mengisi kuesioner ini. Atas ketersediaan dan partisipasi Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## IDENTITAS RESPONDEN

- Nama Responden :
- Jenis Kelamin :  Laki – Laki       Perempuan
- Usia :  17 – 20 Tahun  
 21 – 24 Tahun  
 25 – 27 Tahun
- Pekerjaan :  Pelajar / Mahasiswa/i       Karyawan  
 Wirausaha       Lainnya
- Domisili :  Garuda Sakti       Buluh Cina  
 Bangau       Manyar Sakti  
 Merpati       Lainnya
6. Apakah Anda mengetahui produk Mokey :  
 Ya       Tidak
7. Apakah Anda pernah melihat promosi produk Mokey melalui *social media* seperti instagram/tiktok/dll :  
 Ya       Tidak
8. Frekuensi berkunjung :  
 < 2 kali       2 – 5 kali       > 5 kali

## PETUNJUK PENGISIAN

- Bacalah masing – masing pertanyaan dengan teliti dan jawablah dengan jujur-jujurnya tanpa dipengaruhi siapapun
- Pilihlah jawaban dengan memberi tanda (√) pada salah satu jawaban yang sesuai menurut Anda
- Adapun keterangan untuk mengisi pernyataan dibawah adalah sebagai berikut :
 

Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1
Tidak Setuju (TS)	= 2
Netral (N)	= 3

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setuju (S) = 4  
 Sangat Setuju (SS) = 5

### 1. Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)						
1.	UMKM Mokey tersedia fasilitas tempat menunggu					
2.	UMKM Mokey terdapat fasilitas pembayaran <i>cashless</i>					
3.	Kebersihan lingkungan UMKM Mokey terjaga sehingga terasa nyaman					
<i>Reliability</i> (kehandalan)						
4.	Karyawan yang memberikan pelayanan dan membuat pesanan dengan tepat waktu					
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)						
5.	Kesigapan karyawan dalam memberikan informasi menu					
6.	Nyaman dengan fasilitas meja dan tempat duduk UMKM Mokey					
<i>Assurance</i> (Jaminan)						
7.	Produk Mokey memiliki harga yang terjangkau					
<i>Empathy</i> (Peduli)						
8.	Karyawan melayani dengan ramah dan sopan					

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**2. Kualitas Produk**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk Mokey karena sangat puas dan sesuai dengan selera saya					
2.	Produk Mokey memiliki banyak varian rasa baru					
3.	Saya puas membeli produk Mokey karena terdapat berbagai macam ukuran					
4.	Saya puas membeli produk Mokey karena topping nya yang banyak dan enak					

**3. Word Of Mouth (WOM)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya banyak melihat <i>review</i> tentang produk Mokey yang ditulis oleh pengguna di <i>social media</i>					
2.	Saya mengetahui produk Mokey dari teman/saudara/keluarga saya					
3.	Saya membeli produk Mokey karena ulasan positif dari teman dan <i>social media</i>					
4.	Saya membeli produk Mokey setelah mendapatkan informasi dari orang lain					

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang meng
  - a. Pengutipan
  - b. Pengutipan
2. Dilarang meng

## DOKUMENTASI



## BIOGRAFI PENULIS

Nama Wulan Fitriani di lahirkan di Batam pada tanggal 30 Desember 2001 anak dari pasangan ayahanda Suparman dan ibunda Siti Sumarni. Penulis merupakan anak pertama dari 2 (dua) bersaudara. Adapun perjalanan penulis dalam jenjang menuntut ilmu pengetahuan, penulis telah mengikuti pendidikan formal sebagai berikut:



Tahun 2008	Memasuki Sekolah Dasar Negeri 001 Batam, Kecamatan Sekupang, Kota Batam dan menyelesaikan pendidikan SD pada tahun 2014
Tahun 2014	Memasuki Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Batam, Kecamatan Sekupang, Kota Batam dan menyelesaikan pendidikan SMP pada tahun 2017
Tahun 2017	Memasuki Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Batam, Kecamatan Sekupang, Kota Batam dan menyelesaikan pendidikan SMA pada tahun 2020
Tahun 2020	Terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Teknik Industri.

Nomor Handphone 0887-4282-8780

e-mail [wulanfr30@gmail.com](mailto:wulanfr30@gmail.com)

### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.