

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PENGALAMAN KONSUMEN, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA LOOPI HOOPI**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Elfina Nujumunniswati

202010160311636

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH WORD OF MOUTH, PENGALAMAN KONSUMEN, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA LOOPI HOOPI MALANG**

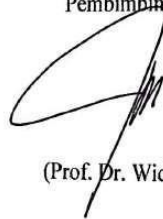
Oleh:

Elfina Nujumunniswati
202010160311636

Malang, 18 Oktober 2025

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I,



(Prof. Dr. Widayat, M.M)

Pembimbing II,



(R. Iqbal Robbie, Dr., MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENGALAMAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA LOOPI HOOPI

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Elfina Nujumunniswati**

NIM : **202010160311636**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 25 Oktober 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : **Prof. Dr. Widayat, M.M.**

Pembimbing II : **Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.**

Penguji I : **Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.**

Penguji II : **Drs. Noor Azis, M.M.**



Dr. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.

Ketua Program Studi,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Elfina Nujumunniswati
NIM : 202010160311636
Program Studi : Manajemen
E-mail : filandraelfina@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan atau sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan ketentuan penulis karya ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 18 Oktober 2025

Yang membuat pernyataan.



Elfina Nujumunniswati

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PENGALAMAN KONSUMEN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA LOOPI HOOPI MALANG

Elfina Nujumunniswati

Management Department, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: filandraelfina@gmail.com

ABSTRAK

Pengaruh *Word of Mouth*, pengalaman pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Loopi Hoopi Malang adalah subjek penelitian ini. Penelitian ini didasarkan pada meningkatnya persaingan di industri kuliner Kota Malang, yang menuntut bisnis untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan bersama dengan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup kepada 120 pelanggan Loopi Hoopi. *Accidental sampling* adalah metode pengambilan sampel yang digunakan. Untuk mengevaluasi pengaruh antarvariabel, analisis data dilakukan menggunakan analisis SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman konsumen, *Word of Mouth*, dan kualitas pelayanan semua berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Word of Mouth*, pengalaman konsumen, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, Loopi Hoopi Malang.

**THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH, CUSTOMER EXPERIENCE,
AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY AT LOOPI
HOPI MALANG**

Elfina Nujumunniswati

Management Department, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia

Email: filandraelfina@gmail.com

ABSTRACT

The influence of word of mouth, customer experience, and service quality on customer loyalty at Loopi Hoopi Malang is the subject of this study. This research is based on the increasing competition in the culinary industry in Malang City, which requires businesses to maintain and improve customer loyalty. In this study, a quantitative approach was used along with a survey. Data were collected through a closed-ended questionnaire to 120 Loopi Hoopi customers. Accidental sampling was the sampling method used. To evaluate the influence between variables, data analysis was conducted using SEM-PLS analysis. The results showed that consumer experience, word of mouth, and service quality all had a positive and significant impact on customer loyalty.

Keywords: Word of Mouth, customer experience, service quality, customer loyalty, Loopi Hoopi Malang.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirohim,

Asslamualaikum Wr Wb.

Puji syukur saya haturkan kehadirat tuhan yang maha esa Allah SWT atas nikmat iman, islam sehingga masih di berikan rahmat dan hidayah-nya sehingga diberikan kesehatan dan umur yang panjang, dengan ucapan syukur Alhamdulillahirrabbi'l'alamiin. Dengan segala kekuasaan dan kekuatan yang di berikannya, sehingga mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul "**Pengaruh Word Of Mouth, Pengalaman Konsumen, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Loopi Hoopi Malang**" pada waktu yang telah di rencanakan.

Ucapan *Allahumma sholli ala sayyidina muhammad wa ala alihi sayyidina muhammad*, saya haturkan keharibaan junjungan kita, sang pemimpin sejati yang membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang, dari zaman jahiliah menuju zaman Quraniyah, dialah nabi besar Muhammadi SAW. Semoga kita termaksud umantnya yang mendapatkan syafaat dan berjumpa dengan Rasulullah di yaumul akhir, Aamiin

Selama proses penyusunan skripsi ini, saya menyadari banyak keterbatasan dari saya sendiri, keterbatasannya wawasan dan ilmu dan kemampuan dalam berbagai hal. Namun, dengan niat, usaha, doa dan ikhtiar serta banyak pihak yang memberikan bantuan dan dukungan kepada saya, sehingga saya mampu melewati semuanya sehingga terselesaikanya skripsi ini sebagai tugas akhir mahasiswa. Sebagai ucapa syukur dan kerendahan hati yang mendalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

3. Dr. R. Iqbal Robbie S.E. M.M. selaku Ketua Jurusan program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang, sekaligus selaku dosen Pembimbing II yang telah berkenan memberikan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan solusi arahan, dan petunjuk yang bermanfaat sehingga terselesaikannya skripsi ini. Saya amat bersyukur bisa mendapatkan dosen pembimbingn sebaik beliau.
4. Prof. Dr. Widayat, M.M., selaku dosen pembimbing 1 yang penuh kesabaran dan memberikan arahan solusi dan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini. Saya amat bersyukur bisa mendapat dosen pembimbing sebaik beliau.
5. Chalimatuz Sa'diyah, SE., MM., selaku dosen wali manajemen Kelas L 2020 yang memberikan informasi dan arahan selama saya studi di Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Terimakasih tak terhingga kepada seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya program studi Manejemen yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan sehingga akhir penyusunan skripsi ini.
7. Kemudian yang spesial, ucapan terimakasih tak terhingga dengan penuh rasa cinta dan sayang kepada kedua orangtua saya, ayahanda Purmadi Suhada dan ibunda Romdhoniatul Istianah Yang telah membesarkan, merawat, mendidik dan menyayangi saya dari kecil sampai sekarang. Mereka yang tak kenal kata lelah memberikan dukungan doa restu dan memberikan kebutuhan, fasilitas yang baik kepada saya sebagai anaknya. Hanya rasa terimakasih yang mampu saya ucapkan kepada mereka. Semoga dengan gelar ini bisa menjadi langkah awal yang baik untuk membahagiakan mereka.
8. Begitu juga kepada saudara saya, adik M. Rizki Mauliandra, dan adik Siti Djalila Rizwana yang tiada henti memberikan dukungan kepada saya, khususnya kepada adik laki-laki saya, yang senantiasa menjaga saya selama manjalankan studinya di kota Malang ini.

9. Dan untuk keluarga besar terutama bibik Siti Rahma Hardian Sari, yang senantiasa memberikan motivasi, bantuan, selama proses penyusunan penelitian ini.
10. Sahabat seperjuangan saya Salsabila Utami Ningsih, Jannatun Nisa, dan Lativa Dyah Rahmawati, yang selalu memberikan dukungan emosial maupun moral, yang selalu memberikan semangat, menemani saya dalam keadaan susah di kota rantau maupun melalui social media. Tiada kata yang pantas untuk saya ucapkan melainkan rasa terimakasih yang sebesar- besarnya.
11. Seluruh teman-teman manajemen L angkatan 2020, yang memberikan doa dan dukungan kepada saya. ya ucapkan terimakasih, teman terbaik semasa kuliah.
12. Seluruh teman-teman di Medcafe, yang selalu memberikan semangat, tawa, dan dukungan. Terima kasih atas kebersamaan yang singkat namun bermakna dan doa yang selalu menyertai.
13. Berbagai pihak lainnya yang tak bisa saya ucapkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat saya, sekali lagi terimakasih.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini. Peneliti harap semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Atas perhatiannya, peneliti ucapkan terima kasih.

Walaikumsalam Warohmatullahi Wabarakatuh

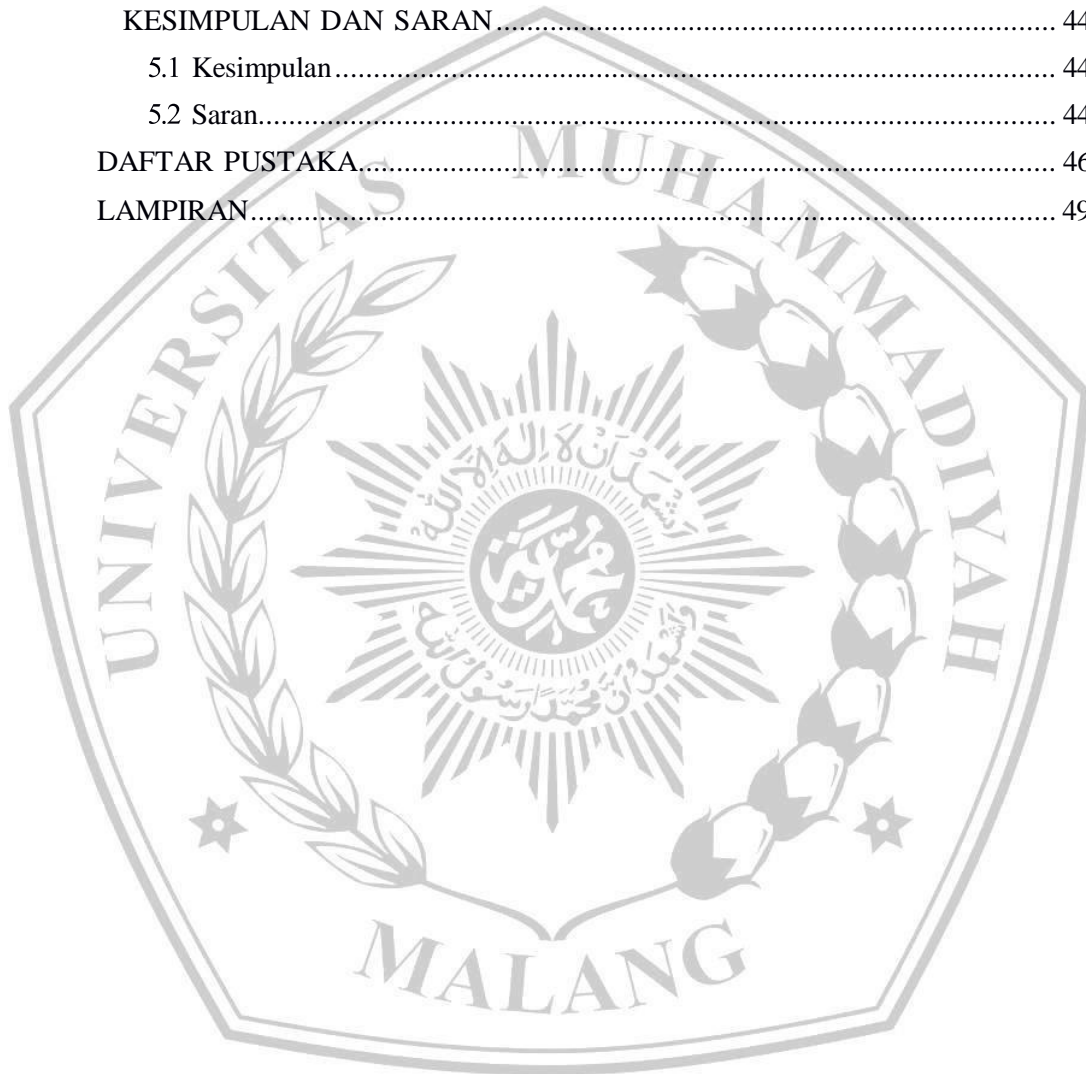
Malang, 18 Oktober 2025 Peneliti,

Elfina Nujumunniswati

DAFTAR ISI

LEMABR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II	5
KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Tinjauan Pustaka.....	7
Word of Mouth (WOM).....	7
Pengalaman Konsumen.....	11
Kualitas Pelayanan.....	14
Loyalitas Pelanggan.....	17
2.3 Kerangka Berpikir.....	20
2.4 Hipotesis.....	21
BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis desain penelitian.....	23
3.2 Lokasi/obyek dan Waktu penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	23
1. Populasi.....	23
Sampel.....	24
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
3.5. Pengembangan Instrumen Penelitian.....	26
3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7 Pengujian Instrument.....	27
1. Uji Validitas.....	27
3. Uji Reliabilitas.....	28
3.8 Metode Analisis Data.....	28
1. Evaluasi Model Pengukuran <i>Partial Least Square (PLS)</i>	28

BAB IV.....	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Loopi Hoopi.....	33
4.2 Karakteristik Responden	33
4.3 Pembahasan.....	41
BAB V.....	44
KESIMPULAN DAN SARAN.....	44
5.1 Kesimpulan.....	44
5.2 Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	49



DAFTAR PUSTAKA

1. Huda OK, Nugroho AT. Pengaruh Word of Mouth dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Oppo Dimediasi Kepercayaan Merek. *J Pengemb Wiraswasta*. 2020;22(02):141.
2. Hatta IH, Setiarini S. Pengaruh Word Of Mouth dan Switching Cost Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas. *J Ilm Manaj dan Bisnis*. 2018;19(1):32–40.
3. Setiawati L, Susanti A. Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kesadaran Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ella Skin Care di Cabang Gentan. *J Ekon Akunt dan Manaj*. 2022;21(1):49.
4. Rojuaniah R, Savira KP, Syah TYR, Havidz ILH, Winanta TT. Kualitas Pelayanan, Pengalaman, Kepuasan, dan Perilaku Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Ekon J Econ Bus*. 2024;8(1):329.
5. Familiar K, Ida M. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Manag Anal J*. 2015;4(loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan, kualitas produk):2252– 6552.
6. Hs M, Rusmin L, Pambudhi YA. Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Kue dan Roti. *J Sublimapsi*. 2024;5(1):17.
7. Sari I, Idris M, Saripuddin S. Pengaruh Akun Bisnis Media Sosial Instagram, Word of Mouth Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Ulang Tahun Homemade Di Kota Makassar. *J BISNIS KEWIRAUSAHAAN*. 2021;10(3):253–62.
8. Melindawaty M, Istikomah K. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kosmetik Emina di Jakarta Selatan). *J Ekon Bisnis Manaj dan Akunt*. 2024;2(1).
9. Tukinah, U., Arma, A., & Rahmawati L. Loyalitas Pelanggan Brownies Amanda. 2025;17(1):1–12.
10. Hendra MD, Muhammad Arif, M. Hadi. Efektifitas Word of Mouth (Wom) Dalam Komunikasi Pemasaran Rotte Bakery Pekanbaru. *Medium*.

2022;9(2):119–35.

11. Prasetyo B, Hidayat T. Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Xyz Donut. *J Akunt.* 2019;4(1):937.
12. Kharimah SN, Erwin Permana. Analisis Word of Mouth Di Kalangan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Mie Gaga. *J Ris Pendidik Ekon.* 2024;9(2):139–53.
13. Juhriatun Y. Pengaruh Word Of Mouth terhadap Minat Beli. :203–13.
14. Wibowo A, Satiri S, Ruliana P, Yulianto K. Komunikasi Word of Mouth sebagai Penentu Keputusan Membeli Produk. *J Pewarta Indones.* 2021;3(2):86–94.
15. Triyaningsih F. Pengaruh Word of Mouth Positif Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ella Skin Care Dengan Perceived Quality Sebagai Variabel Mediasi. *J Ekon dan Kewirausahaan.* 2015;15(2):136779.
16. Joesyiana K. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *J Valuta.* 2018;Vol. 4(1):71–85.
17. Fryda Lucyani D. Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Menggunakan Kembali Aplikasi GrabBike Di kota Medan. *J Inf.* 2020;10(3):1–16.
18. Pradhita R. Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Butik Plus Galeri Medan Skripsi, Rindy Pradhita Program Sudy Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan. 2022;
19. Vivie Senjana UKP. Pengaruh Customer Experience Quality terhadap Customer Satisfaction & Customer Loyalty di Kafe ExcelsoTunjungan plaza Surabaya. 2013;1(1):1–15.
20. Effendy ML, Sari MI, Hermawan H. Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas

- Pelanggan pada Warung Kopi Cak Kebo. *e-Journal Ekon Bisnis dan Akunt.* 2021;8(2):107.
21. Munandar A, Erdkhadifa R. Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, Store Atmosphere, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warkop Kidol Lepen Tulungagung. *Reinf J Sharia Manag.* 2023;2(1):50–74.
 22. Ardila Y. Hubungan Kualitas Layanan Service Sepeda Motor Dengan Loyalitas Pelanggan Di Bengkel Resmi Honda Ahass. Skripsi [Internet]. 2015;(Juli):10–28. Available from: <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/428>
 23. Wicaksono DA. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis). *Ulil Albab J Ilm Multidisiplin.* 2022;1(3):505–9.
 24. Zahroh Ulfatuz U, , Oetomo HW. Pengaruh Produk, Word of Mouth, Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *J Ilmu dan Ris Manaj.* 2018;7(3):1–18.
 25. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif.* 2015.
 26. Rahadi DR. Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023. *CV Lentera Ilmu Madani.* 2023;(Juli):146.
 27. Dewi KV, Siregar RJ, Wibowo MA, Tinggi S, Ekonomi I, Karya B. *Management and business progress.* 2025;4(1):15–21.
 28. Reza Eka Wardhana. Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *J Ilmu Manaj.* 2016;4(3):1–9.
 29. Andung Kahuripan. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Intellektika J Ilmiah Mahasiswa.* 2024;2(1):97–105.



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 20/10/2025

Kode : 2786384379
Nama : Elfina Nujumunniswati
NIM : 202010160311636
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Word of Mouth, pengalaman konsumen, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Loopi Hoopi Malang
Persentase Plagiasi : 9%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M