

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PRODUK HOTTO DI TENGAH ISU KETIDAKSESUAIAN KLAIM KANDUNGAN GIZI

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Dini Anggraeni
NPM: 41183402210003



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2025**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PRODUK HOTTO DI TENGAH
ISU KETIDAKSESUAIAN KLAIM KANDUNGAN GIZI

Tanggal: 16 Juli 2025

Oleh

Dini Anggraeni
41183402210003

Disetujui,
Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



DE HUSNUL Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PRODUK HOTTO DI TENGAH
ISU KETIDAKSESUAIAN KLAIM KANDUNGAN GIZI

Tanggal: 23 Juli 2025

Oleh

Dini Anggraeni
41183402210003

Diuji Oleh,

Penguji I



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Penguji II



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

Disetujui,

Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husein Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dini Anggraeni
NPM : 41183402210003
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Email : dinianggraeni518@gmail.com

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* pada produk Hotto di tengah Isu Ketidakesuain Klaim Kandungan Gizi” bebas dari *plagiarisme*, sudah sesuai dengan teknik penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila di kemudian hari dapat dibuktikan adanya *plagiarisme* tersebut, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bekasi, 23 Juli 2025

Yang menyatakan



Dini Anggraeni

ABSTRAK

Dini Anggraeni (41183402210003)

Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Produk Hotto di tengah Isu Ketidaksesuaian Klaim Kandungan Gizi

xvi + 134 halaman + 22 tabel + 2 gambar + 3 grafik + 3 diagram + 29 lampiran

Kata kunci: *Brand Image*, *Customer Loyalty*, *Electronic Word of Mouth*

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh eWOM dan *brand image* terhadap *customer loyalty* pada produk Hotto di tengah isu ketidaksesuaian klaim kandungan gizi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Hotto yang telah mengetahui isu *overclaim* gizi dan berdomisili di wilayah Bekasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan uji statistik dengan analisis regresi linier berganda dan diolah menggunakan program SPSS versi 30.

Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa eWOM memiliki nilai t hitung sebesar $4,328 > 1,660$ dengan signifikansi $0,000018 < 0,05$, sehingga H1 diterima dan eWOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan *brand image* menunjukkan nilai t hitung sebesar $3,659 > 1,660$ dengan signifikansi $0,000206 < 0,05$, sehingga H2 diterima dan *brand image* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa isu *overclaim* tidak sepenuhnya menurunkan loyalitas konsumen pada produk Hotto, karena eWOM dan *brand image* terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas.

Daftar Pustaka: 40 (2004-2025)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah rabbi'l'aalamin, segala puji dan syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah Swt yang telah memberikan banyak nikmat sehat dan nikmat Panjang umur, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Produk Hotto di tengah Isu Ketidaksesuaian Klaim Kandungan Gizi” dengan lancar.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi. Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran dan bantuan yang tulus dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dari berbagai pihak, tugas akhir skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, masukan, dan perhatian kepada penulis sehingga termotivasi dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Isti Pujiastuti, S.E., M.E., selaku dosen penguji I yang sudah memberikan saran dan kritik yang diajukan dalam sidang skripsi.
5. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M., selaku dosen penguji II yang sudah memberikan saran dan kritik yang diajukan dalam sidang skripsi.
6. Seluruh dosen dan staff tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45

Bekasi yang telah membantu dalam proses akademis dan administrasi selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

7. Orang tua tercinta, Bapak Ramli dan Ibu Suci Nurarti yang telah memberikan banyak kasih sayang, do'a, dan dukungan tiada henti sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
8. Kepada seluruh responden yang tidak bisa disebutkan Namanya satu per satu, Terima kasih karena telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang merupakan komponen penting dalam penelitian ini.

Semoga segala kebaikan yang telah kalian berikan diterima oleh Allah Swt dan dicatat sebagai amalan terbaik. Aamiinn. Besar harapan penulis, semoga tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penulis juga dengan senang hati akan menerima jika ada kritik dan saran dari penelitian ini yang bertujuan untuk membangun untuk perbaikan pada penelitian selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Bekasi, 31 Juli 2025

Penulis,

Dini Anggraeni

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 <i>Electronic Word of Mouth</i>	15
2.1.1 Definisi eWOM.....	15
2.1.2 Indikator eWOM	16
2.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	16

2.2.1	Definisi <i>Brand Image</i>	16
2.2.2	Indikator <i>Brand Image</i>	17
2.3	<i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Konsumen)	17
2.3.1	Definisi <i>Customer Loyalty</i>	17
2.3.2	Indikator <i>Customer Loyalty</i> (loyalitas konsumen)	18
2.4	Penelitian Terdahulu	18
2.5	Kerangka Pemikiran	22
2.6	Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		25
3.1.	Desain Penelitian	25
3.1.1	Metode Penelitian yang Digunakan	25
3.1.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.1.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.1.4	Jenis dan Sumber Data.....	26
3.1.5	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.2	Instrumen Penelitian.....	27
3.2.1	Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	27
3.2.2	Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1)	28
3.2.3	Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	28
3.3	Teknik Pengolahan Data.....	29
3.3.1	Uji Validitas.....	29
3.3.2	Uji Reliabilitas	30
3.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.4	Analisis Regresi Berganda.....	32

3.5	Uji Hipotesis	33
3.6	Koefisien Determinasi (R^2)	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.1	Profil Perusahaan.....	35
4.1.2	Sejarah Perusahaan.....	35
4.2	Hasil Pengolahan Data Statistik.....	36
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	36
4.2.2	Hasil Uji Kualitas Data	38
4.2.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	41
4.2.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	48
4.2.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.2.6	Uji Hipotesis.....	52
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.4	Kelemahan Penelitian	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		58
5.1	Simpulan	58
5.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Makanan dan Minuman <i>Overclaim</i>	2
Tabel 1. 2	Prariset Loyalitas Konsumen Produk Hotto.....	5
Tabel 1. 3	Prariset eWOM Produk Hotto.....	8
Tabel 1. 4	Prariset <i>Brand Image</i> Produk Hotto.....	10
Table 2. 1	Daftar Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1	Alternatif Jawaban Kuesioner dengan <i>Skala Likert</i>	27
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	37
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4. 4	Uji Validitas Loyalitas Konsumen.....	39
Tabel 4. 5	Uji Validitas eWOM	39
Tabel 4. 6	Uji Validitas <i>Brand Image</i>	40
Tabel 4. 7	Hasil Uji Reliabilitas eWOM, <i>Brand Image</i> dan Loyalitas Konsumen.....	40
Tabel 4. 8	Total Hasil Skor Jawaban Responden Tentang eWOM	40
Tabel 4. 9	Total Hasil Skor Jawaban Tentang <i>Brand Image</i>	43
Tabel 4. 10	Total Hasil Skor Jawaban Tentang Loyalitas Konsumen	46
Tabel 4. 11	Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4. 12	Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4. 13	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4. 14	Hasil Uji T (Parsial)	52
Tabel 4. 15	Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
Tabel 4. 16	Rekapitulasi Hasil Pengolahan Data	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1	Logo Produk Hotto.....	35
Gambar 4. 2	Hotto.....	36

DAFTAR GRAFIK

Grafik 2. 1	Kerangka pemikiran pengaruh <i>electronic word of mouth</i> dan <i>brand image</i> terhadap loyalitas konsumen pada produk Hotto.....	22
Grafik 4. 1	P-Plot Uji Normalitas	49
Grafik 4. 2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	50

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. 1	Respon Konsumen terkait Loyalitas produk Hotto dalam Komentar TikTok.....	4
Diagram 1. 2	Respon Konsumen terkait eWOM produk Hotto dalam Komentar TikTok	7
Diagram 1. 3	Respon Konsumen terkait citra merek produk Hotto dalam komentar TikTok.....	9

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian (Uji Coba 30 Responden).....	65
Lampiran 2	Daftar Pernyataan Kusioner (Sebelum Uji Validitas & Reliabilitas) ..	68
Lampiran 3	Skor Jawaban Responden (Uji Sampel 30 Responden)	72
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas & Reliabilitas (Uji Sampel 30 Responden)	73
Lampiran 5	Skor Jawaban Responden (Uji Sampel 30 Responden)	74
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas & Reliabilitas (Uji Sampel 30 Responden)	75
Lampiran 7	Skor Jawaban Responden (Uji Sampel 30 Responden)	76
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas & Reliabilitas (Uji Sampel 30 Responden)	77
Lampiran 9	Kuesioner Penelitian (Setelah Uji Validitas & Reliabilitas)	78
Lampiran 10	Daftar Pertanyaan Kuesioner (Setelah Uji Validitas & Reliabilitas) ..	81
Lampiran 11	Skor Jawaban Responden (Setelah Uji Validitas & Reliabilitas).....	85
Lampiran 12	Skor Jawaban Responden (Setelah Uji Validitas & Reliabilitas).....	88
Lampiran 13	Skor Jawaban Responden (Setelah Uji Validitas & Reliabilitas).....	91
Lampiran 14	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	94
Lampiran 15	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	96
Lampiran 16	Hasil Uji Hipotesis	97
Lampiran 17	Tabel Persentase Distribusi R.....	98
Lampiran 18	Tabel Persentase Distribusi F	99
Lampiran 19	Tabel Persentase Distribusi t	101
Lampiran 20	Surat Keputusan Pembimbing	104
Lampiran 21	Kartu Seminar Proposal.....	105
Lampiran 22	Kartu Bimbingan Skripsi	107
Lampiran 23	Komentar Konsumen terkait Loyalitas Konsumen pada produk Hotto Periode 2023-2025.....	108
Lampiran 24	Komentar Konsumen terkait eWOM pada produk Hotto Periode 2024-2025.....	112
Lampiran 25	Komentar Konsumen terkait citra merek pada produk Hotto Periode 2024-2025.....	120

Lampiran 26	Bukti isu <i>overclaim</i>	128
Lampiran 27	Surat Izin Penelitian.....	129
Lampiran 28	Hasil Turnitin Skripsi	130
Lampiran 29	Daftar Riwayat Hidup.....	131

ORIGINALITY REPORT			
31 %	28 %	19 %	16 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	1 %	
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1 %	
3	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1 %	
4	eprints.unpak.ac.id Internet Source	1 %	
5	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1 %	
6	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1 %	
7	docobook.com Internet Source	1 %	
8	Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper	1 %	
9	123dok.com Internet Source	1 %	
10	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	1 %	
11	conference.binadarma.ac.id Internet Source	1 %	
12	repository.usni.ac.id Internet Source	<1 %	