

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Word Of Mouth* dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mie Gacoan Kabupaten Blitar” ini ditulis oleh Amanda Maulidatul Husna, NIM 126405213184, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Dosen Pembimbing Risdiana Himmati, M.Si.

Kata Kunci : *Word Of Mouth*, Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Pelanggan.

Perkembangan bisnis kuliner yang semakin pesat menyebabkan persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin ketat. Dalam kondisi tersebut, loyalitas pelanggan menjadi faktor penting bagi keberlanjutan suatu usaha. Loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya komunikasi dari *Word Of Mouth (Word Of Mouth)* dan kepercayaan konsumen. Fenomena ramainya pengunjung di Mie Gacoan Kabupaten Blitar menunjukkan adanya pengaruh komunikasi antar konsumen serta kepercayaan terhadap merek yang mendorong konsumen untuk terus melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth* dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Mie Gacoan di Kabupaten Blitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Mie Gacoan di Kabupaten Blitar. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden yang pernah mengonsumsi Mie Gacoan lebih dari satu kali. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik untuk menguji pengaruh antar variabel penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kepercayaan konsumen juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan, *Word Of Mouth* dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 46% yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

This thesis entitled “The Influence of *Word Of Mouth* and Consumer Trust on Customer Loyalty at Mie Gacoan in Blitar Regency” was written by Amanda Maulidatul Husna, Student ID Number 126405213184, from the Sharia Business Management Study Program, under the supervision of Risdiana Himmati, M.Si.

Keywords: *Word Of Mouth*, Consumer Trust, Customer Loyalty.

The rapid development of the culinary business has increased competition among business actors. In this situation, customer loyalty becomes an important factor for business sustainability. Customer loyalty can be influenced by several factors, including *Word Of Mouth* communication and consumer trust. The phenomenon of crowded visitors at Mie Gacoan in Blitar Regency indicates the influence of communication between consumers and trust in the brand that encourages customers to continue making repeat purchases. Therefore, this study aims to examine the effect of *Word Of Mouth* and consumer trust on customer loyalty at Mie Gacoan in Blitar Regency.

This study uses a quantitative approach with data collection methods through questionnaires distributed to consumers of Mie Gacoan in Blitar Regency. The sampling technique used purposive sampling with the criteria of respondents who had consumed Mie Gacoan more than once. The data obtained were then analyzed using statistical analysis to test the influence between research variables.

The results of the study show that *Word Of Mouth* has a positive and significant effect on customer loyalty. In addition, consumer trust also has a positive and significant effect on customer loyalty. Simultaneously, *Word Of Mouth* and consumer trust have a significant effect on customer loyalty, with a coefficient of determination value of 46%, indicating that these two variables are able to explain most of the variation in customer loyalty.