

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Pengetahuan Produk, dan Keterlibatan Pelanggan terhadap Electronic Word Of Mouth pada Pelanggan Sayuran Organik Di Warung Sehat 1000 Kebun*". Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang telah penulis hadapi. Namun berkat adanya bimbingan, petunjuk, saran, doa, serta bantuan dari berbagai pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Hesty Nurul Utami, SP., MM., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran dari awal penyusunan skripsi ini sampai dengan selesai
2. Dhany Esperanza, SP., MBA. selaku dosen penelaah yang senantiasa memberikan masukan dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.
3. Dr. Hepi Hapsari, Ir., MS. selaku dosen penelaah yang telah memberikan masukan dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.
4. Dr. Gema Wibawa Mukti, SP., MP. selaku dosen wali yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Dr. Eddy Renaldi, SP., ME. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran.
6. Seluruh pihak Warung Sehat 1000 Kebun yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan membantu dalam proses pengambilan data.
7. Kedua orang tua tercinta dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan tiada henti dan kasih sayang yang tak ternilai.
8. Risma Handayani dan Dwi Hartono selaku kakak yang telah memberikan dukungan serta fasilitas selama penyusunan skripsi.

9. Teman-teman terdekat Edi, Nabil, Uus, Mariska, Fara, Jeane, dan Devi yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
10. Teman – teman Agribisnis Universitas Padjadjaran 2019 yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta doa.
11. Panaroma yang telah kebersamai dan menghibur penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas segala amal kebaikan bapak, ibu, saudara, maupun teman – teman selama ini. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis sangat terbuka apabila terdapat masukan ataupun kritik terhadap skripsi yang telah ditulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Jatinangor, Agustus 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
RIWAYAT HIDUP.....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka .....	7
2.1.1 Komunitas Perdagangan Sosial ( <i>Social Commerce Community</i> ).....	7
2.1.2 Pertanian Organik .....	8
2.1.3 Landasan Teori .....	9
2.1.4 Pengalaman Pelanggan .....	11
2.1.5 Pengetahuan Produk .....	13
2.1.6 Keterlibatan Pelanggan.....	14
2.1.7 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran .....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Desain dan Pendekatan Penelitian.....	30
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	30

3.2.1 Definisi Variabel.....	30
3.3 Populasi dan Sampel .....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	44
3.5.1 Uji Validitas .....	44
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	45
3.6 Uji Asumsi Klasik .....	46
3.6.1 Uji Normalitas.....	46
3.6.2 Uji Heteroskedastisitas .....	46
3.6.3 Uji Multikolinearitas.....	46
3.7 Pengelolaan dan Analisis Data .....	47
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	47
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	47
3.8 Uji Hipotesis.....	48
3.8.1 Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	48
3.8.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	48
3.8.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	49
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Keadaan Umum Lokasi Penelitian .....	51
4.2 Uji Instrumen.....	58
4.2.1 Uji Validitas .....	58
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	59
4.3 Karakteristik Responden .....	60
4.3.1 Jenis Kelamin.....	60
4.3.2 Usia .....	61
4.3.3 Pendidikan Terakhir.....	62
4.3.4 Pekerjaan.....	63
4.3.5 Pendapatan .....	64
4.3.6 Pengeluaran Biaya Untuk Belanja Produk Pangan.....	64
4.3.7 Frekuensi Belanja Sayuran Organik .....	65

4.3.8 Waktu Yang Dhabiskan Untuk Menggunakan Media Sosial .....	66
4.4 Tingkat Persepsi Pelanggan.....	67
4.4.1 Persepsi Pelanggan Terhadap Pengalaman Pelanggan .....	67
4.4.2 Persepsi Pelanggan Terhadap Pengetahuan Produk .....	69
4.4.3 Persepsi Pelanggan Terhadap Keterlibatan Pelanggan .....	70
4.4.4 Persepsi Pelanggan Terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	72
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	73
4.5.1 Uji_Normalitas.....	73
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas .....	74
4.5.3 Uji Multikolinearitas.....	75
4.6 Analisis Hasil Penelitian .....	75
4.6.1 Uji Regresi Linear Berganda .....	75
4.7 Hasil Uji Hipotesis .....	76
4.7.1 Uji Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	76
4.7.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	77
4.7.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	78
4.8 Pembahasan .....	80
4.8.1 Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	80
4.8.2 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> ..	81
4.8.3 Pengaruh Keterlibatan Pelanggan Terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	82
4.8.4 Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Pengetahuan Produk, dan Keterlibatan Pelanggan Terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> Secara Simultan .....	83
4.9 Implikasi Hasil Penelitian .....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran .....	86
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN.....	98

## DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1	10 Negara dengan Areal Pertanian Organik Terluas di Asia 2021 .....	1
2	Penelitian Terdahulu .....	19
3	Operasionalisasi Variabel.....	34
4	Tabel Skala Pengukuran.....	37
5	Waktu Penelitian .....	50
6	Daftar Harga Sayuran Organik Di Warung Sehat 1000 Kebun .....	54
7	Hasil Uji Validitas.....	58
8	Hasil Uji Reliabilitas .....	60
9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
10	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	61
11	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
12	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
13	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	64
14	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Biaya Untuk Belanja Produk Pangan Per Bulan.....	65
15	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja Sayuran Organik Per Bulan .....	66
16	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Yang Dhabiskan Untuk Menggunakan Media Sosial Per Hari.....	67
17	Persepsi Pelanggan Terhadap Pengalaman Pelanggan.....	67
18	Persepsi Pelanggan Terhadap Pengetahuan Produk.....	69
19	Persepsi Pelanggan Terhadap Keterlibatan Pelanggan .....	70
20	Persepsi Pelanggan Terhadap Electronic Word of Mouth .....	72
21	Hasil Uji Normalitas.....	74
22	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	74
23	Hasil Uji Multikolinearitas .....	75
24	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	76
25	Hasil Uji Determinasi .....	77
26	Hasil Uji F .....	78

## DAFTAR GAMBAR

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan Di Indonesia.....	2
2	Kerangka Pemikiran .....	26
3	Kerangka Hipotesis Penelitian .....	27
4	Posisi Warung Sehat 1000 Kebun .....	52
5	Struktur Organisasi Warung Sehat 1000 Kebun .....	53
6	Instagram Warung Sehat 1000 Kebun.....	55
7	Grup WhatsApp Pelanggan Warung Sehat 1000 Kebun.....	56
8	Website Warung Sehat 1000 Kebun .....	56
9	Tokopedia Warung Sehat 100 Kebun .....	57
10	Model Struktural Hasil Penelitian .....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Kuesioner Penelitian.....	98
2	Data Responden.....	104
3	Tabulasi Data.....	107
4	Hasil Uji Instrumen .....	108
5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	113
6	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	114
7	Daftar Harga Sayuran Organik Warung Sehat 1000 Kebun .....	116
8	Penyebaran Kuesioner .....	117
9	Dokumentasi Lapangan .....	118
10	Surat Izin Penelitian .....	119
11	Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Penelitian.....	120
12	Verifikasi Hasil Perbaikan Seminar Komprehensif .....	121