

SKRIPSI

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI SANTRI PADA MINIMARKET IHYA
MART (Studi pada Santri Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin)**



Oleh:

MUHAMMAD FIKRI MUSHOFI

NIM 22BH10055

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI CILACAP

2026

SKRIPSI

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI SANTRI PADA MINIMARKET IHYA
MART (Studi pada Santri Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin)**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana manajemen pada
Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali

Oleh:

MUHAMMAD FIKRI MUSHOFI

NIM 22BH10055

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI CILACAP

2026

SKRIPSI

PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI SANTRI PADA MINIMARKET IHYA MART (Studi pada Santri Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin)

Oleh:

MUHAMMAD FIKRI MUSHOFI

NIM 22BH10055

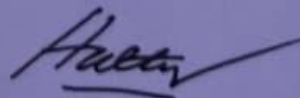
Disetujui Untuk Ujian Skripsi Pada Tanggal:

Pembimbing I



Syafi'ah, M.M.
NIDN. 0017108405

Pembimbing II



Hatta Setiabudhi, M.Ak.
NIDN. 0631128201

SKRIPSI

PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI SANTRI PADA MINIMARKET IHYA MART (Studi pada Santri Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin)

Oleh:

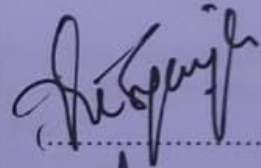
MUHAMMAD FIKRI MUSHOFI

NIM 22BH10055

Disetujui dan Disahkan:

1. **Svafi'ah, M.M.**
NIDN. 0017108405

Penguji I

()

2. **Dr. Mutia Pamikatsih, M.E. S.y**
NIDN. 0631058803

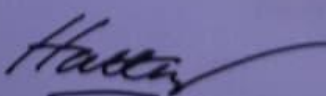
Penguji II

()

Mengetahui,

Kepala Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali

()
Hatta Setiabudhi, M.Ak.
NIDN. 0631128201

NOTA PEMBIMBING

Hal : **Persetujuan Naskah Skripsi**
Lamp : -

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah, mengadakan koreksi, serta memberikan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi mahasiswa:

Nama	: Muhammad Fikri Mushofi
NIM	: 22BH10055
Fakultas/Prodi	: Ekonomi/Manajemen
Judul	: Pengaruh <i>Word of Mouth</i> dan Citra Merek terhadap Minat Beli Santri pada Minimarket Ihya Mart (Studi pada Santri Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin)

Dengan ini kami berpendapat, skripsi tersebut telah memenuhi persyaratan akademik dan layak untuk diajukan dalam sidang munaqasyah guna mempertahankan dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.).

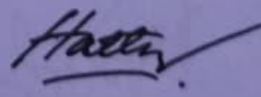
Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerja samanya, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Syafi'ah, M.M.
NIDN. 0017108405

Pembimbing II


Hatta Setiabudhi, M.Ak.
NIDN. 0631128201

NOTA KONSULTAN

Hal : Naskah Skripsi
Lamp : -

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah, mengadakan koreksi, serta memberikan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi mahasiswa:

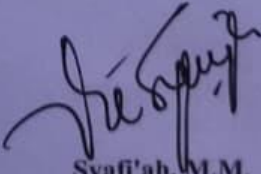
Nama	: Muhammad Fikri Mushofi
NIM	: 22BH10055
Fakultas/Prodi	: Ekonomi/Manajemen
Judul	: Pengaruh <i>Word of Mouth</i> dan Citra Merek terhadap Minat Beli Santri pada Minimarket Ihya Mart (Studi pada Santri Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin)

Dengan ini kami menyatakan bahwa skripsi tersebut telah selesai dilakukan perbaikan sesuai dengan saran dan masukan yang diberikan, serta telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap.

Demikian nota konsultan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerja samanya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Konsultan


Syafi'ah, M.M.
NIDN. 0017108405

PENGESAHAN

Skripsi Saudara

Nama : **MUHAMMAD FIKRI MUSHOFI**
NIM : 22BH10055
Judul : Pengaruh *Word Of Mouth* dan Citra Merek terhadap Minat Beli Santri pada Minimarket Ihya Mart (Studi pada Santri Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin)

Telah disidang Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap pada hari / tanggal :

Jum'at, 7 Agustus 2026

Dan dapat diterima sebagai pemenuhan tugas akhir mahasiswa Program Strata 1 (S.1) Manajemen Fakultas Ekonomi pada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap.

Cilacap, 7 Agustus 2026

Dewan Sidang

Ketua

Rahmat Alhakim, M.E.
NIDN. 0608078104

Sekretaris

Hakim, M.M.
NIDN. 0631128903

Penguji 1

Syafi'ah, M.M.
NIDN. 0017108405

Penguji 2

Dr. Mutia Pamikatsih, M.E.Sy.
NIDN. 0631058803

Pembimbing

Syafi'ah, M.M.
NIDN. 0017108405

Ass. Pembimbing

Hatta Setiabudhi, M.Ak.
NIDN. 0631128201

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Mutia Pamikatsih, M.E.Sy.
NIK. 41 230714 160

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fikri Mushofi
NIM : 22BH10055
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen
Judul : Pengaruh *Word of Mouth* dan Citra Merek terhadap Minat Beli Santri pada Minimarket Ihya Mart (Studi pada Santri Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan, pengambilan, atau pengakuan atas karya, tulisan, maupun pemikiran pihak lain sebagai karya saya, kecuali bagian-bagian yang telah dicantumkan sumber rujukannya secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini mengandung unsur plagiarisme, baik sebagian maupun seluruhnya, maka saya bersedia menerima segala konsekuensi dan sanksi akademik yang berlaku, termasuk pencabutan gelar akademik yang diperoleh berdasarkan karya ilmiah tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cilacap, Jum'at 31 Juli 2026
Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Fikri Mushofi
NIM. 22BH10055

MOTO

”Konsisten adalah koendji”

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth* dan Citra Merek terhadap Minat Beli Santri pada Minimarket Ihya Mart (Studi pada Santri Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin)” dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari masa kegelapan menuju masa yang penuh dengan ilmu pengetahuan, keimanan, dan peradaban yang lebih baik.

Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai keterbatasan dan kekurangan. Namun demikian, berkat dukungan, bimbingan, doa, serta bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. A. Lutfi Hamidi, M.Ag., selaku Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap beserta seluruh jajaran civitas akademika yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis selama menempuh pendidikan.
2. Ibu Dr. Mutia Pamikatsih, M.E.Sy., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap yang telah memberikan dukungan dalam proses akademik penulis.
3. Bapak Hatta Setiabudhi, M.Ak., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap yang telah memberikan arahan dan dukungan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
4. Ibu Syafi'ah, M.M., selaku Dosen Pembimbing I, dan Bapak Hatta Setiabudhi, M.Ak., selaku Dosen Pembimbing II, yang dengan penuh kesabaran telah

memberikan bimbingan, masukan, arahan, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama menjalani proses perkuliahan.
6. KH. Imdadurrohman Al Ubudi dan Nyai Hj. Wardah Shomitah, Agus Muhammad Danial Ilham Al Malak, A.H., dan istri Ning Wanda Qonita Fadhillah, serta seluruh dewan pengasuh, dewan kyai, dan dewan nyai, baik di bidang akademik maupun nonakademik di Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin Kesugihan Cilacap, yang senantiasa membimbing, mendidik, memberikan nasihat, serta mendoakan penulis dalam menjalani proses belajar dan kehidupan di lingkungan pesantren.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Muhammad Irfa'i dan Ibu Zuhriah, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta pengorbanan yang tiada henti demi keberhasilan penulis. Terima kasih atas setiap nasihat, motivasi, dan kepercayaan yang diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan dan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa kepada saudara-saudari penulis, Alisa Aulan Ni'am, Haikal Abdul Hakim, dan Muhammad Aqil Dzulfikar, yang selalu memberikan semangat, perhatian, serta dukungan dalam setiap proses yang penulis jalani hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan di Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap, khususnya keluarga besar Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis. Secara khusus penulis menyampaikan terima kasih kepada Ahmad Muhibbun yang senantiasa memberikan arahan, masukan, dan dukungan sehingga penulis menjadikannya sebagai "Pembimbing III" dalam proses penyelesaian skripsi ini. Kepada Gangsar Saputra dan Yusuf Sidik Prayogi, terima kasih atas

kebersamaan dan kesediaannya menemani penulis menunggu bimbingan hingga sore hari. Tidak lupa kepada Khafid Rizky, Muhammad Roikhan Miskan, Akyas Safi Muhammad, dan Muhammad Rozaq Al Fattah yang selalu menjadi rekan diskusi, berbagi pengalaman, serta memberikan semangat di tengah proses penyusunan skripsi.

9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa, motivasi, serta berbagai pengalaman berharga kepada penulis sejak awal menempuh pendidikan hingga terselesaikannya skripsi ini. Secara khusus, penulis menyampaikan terima kasih kepada Muhtar Hanafi yang dengan penuh keikhlasan telah meminjamkan laptop kepada penulis sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada saudara, guru, sekaligus sahabat penulis, Ali Zainal Abidin, yang senantiasa memberikan dukungan, arahan, nasihat, dan motivasi kepada penulis untuk tetap istiqamah dan menyelesaikan penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh teman-teman Abdi Ndalem KH. Imdadurrohman Al Ubudi yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulis, memberikan semangat, kebersamaan, dukungan, serta pelajaran hidup yang sangat berharga selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Semoga segala kebaikan, bantuan, dan doa yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak guna penyempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran, maupun bagi pihak-pihak yang berkepentingan serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Akhir kata, semoga segala bantuan, dukungan, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. *Aamiin Ya Rabbal 'Alamin*

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Word of Mouth* dan Citra Merek terhadap Minat Beli Santri pada Minimarket Ihya Mart Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat beli santri sebagai konsumen utama Minimarket Ihya Mart. Tingginya interaksi sosial di lingkungan pesantren memungkinkan terjadinya komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) yang dapat memengaruhi perilaku pembelian, sementara citra merek yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian berjumlah 541 santri yang memenuhi kriteria penelitian. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 85 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai t hitung sebesar 3,939 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Citra Merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai t hitung sebesar 6,469 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Selain itu, *Word of Mouth* dan Citra Merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai F hitung sebesar 73,518 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,642 menunjukkan bahwa *Word of Mouth* dan Citra Merek mampu menjelaskan Minat Beli sebesar 64,2%, sedangkan sisanya 35,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: *Word of Mouth*, Citra Merek, Minat Beli, Santri, Ihya Mart.

SUMMARY

This study aims to analyze the influence of Word of Mouth and Brand Image on Students' Purchase Intention at Ihya Mart Minimarket, Al Ihya 'Ulumaddin Islamic Boarding School. This research is motivated by the importance of understanding the factors that influence students' purchase intention as the main consumers of Ihya Mart Minimarket. The high level of social interaction within the boarding school environment enables the occurrence of Word of Mouth communication that may affect purchasing behavior, while a positive brand image can increase consumer trust and interest in making purchases.

This study employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of 541 students who met the research criteria. The sample was determined using the Slovin formula with a 10% margin of error, resulting in 85 respondents selected through a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, descriptive statistical analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2).

The results showed that Word of Mouth had a positive and significant effect on Purchase Intention, with a t-value of 3.939 and a significance value of $0.001 < 0.05$. Brand Image also had a positive and significant effect on Purchase Intention, with a t-value of 6.469 and a significance value of $0.001 < 0.05$. Furthermore, Word of Mouth and Brand Image simultaneously had a positive and significant effect on Purchase Intention, with an F-value of 73.518 and a significance value of $0.001 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) was 0.642, indicating that Word of Mouth and Brand Image explained 64.2% of the variance in Purchase Intention, while the remaining 35.8% was influenced by other factors outside the scope of this study.

Keywords: *Word of Mouth, Brand Image, Purchase Intention, Students, Ihya Mart.*

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING.....	Error! Bookmark not defined.
NOTA KONSULTAN.....	8
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
MOTO	9
KATA PENGANTAR.....	10
RINGKASAN	13
<i>SUMMARY</i>.....	14
DAFTAR ISI.....	15
DAFTAR TABEL	17
DAFTAR GAMBAR	18
DAFTAR SINGKATAN.....	19
DAFTAR LAMPIRAN	20
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Ruang Lingkup Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGAMBANGAN HIPOTESIS.....	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
A. Telaah Pustaka	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Sebelumnya.....	Error! Bookmark not defined.
C. Pengembangan Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
D. Kerangka Berfikir	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Desain Penelitaian	Error! Bookmark not defined.
B. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel ..	Error! Bookmark not defined.
C. Teknik Analisi Data.....	Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Deskripsi Data Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
C. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI	Error! Bookmark not defined.
A. Simpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Implikasi	Error! Bookmark not defined.
C. Keterbatasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	34
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	47
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Santri.....	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja.....	70
Tabel 4.4 Hasil uji validitas terhadap variabel <i>Word of Mouth</i>	71
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2).....	72
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	73
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	74
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	77
Tabel 4.10 Hasil uji multikolinearitas.....	79
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	81
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	82
Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial).....	85
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan).....	87
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Kerangka Pemikiran.....	43
-----------------------------------	----

DAFTAR SINGKATAN

Singkatan	Istilah
<i>WORD OF MOUTH</i>	: <i>Word of Mouth</i>
PDB	: Produk Domestik Bruto
TPB	: <i>Theory of Planned Behavior</i>
<i>eWORD OF MOUTH</i>	: <i>Electronic Word of Mouth</i>
BLUE	: <i>Best Linear Unbiased Estimator</i>
VIF	: <i>Variance Inflation Factor</i>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	110
Lampiran 2 Output Hasil Uji SPSS.....	113
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	122
Lampiran 4 r Tabel.....	129
Lampiran 5 t Tabel.....	130
Lampiran 6 f Tabel.....	131
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian.....	132
Lampiran 8 Biodata Penulis.....	133