

SKRIPSI

PENGARUH JAMINAN RETUR, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK *FACIAL WASH Y.O.U BEAUTY* DI PLATFORM TIKTOK SHOP
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)



Oleh :

YURYKE ARIANTI
NBI : 1212200136

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH JAMINAN RETUR, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PRODUK *FACIAL WASH Y.O.U BEAUTY* DI PLATFORM TIKTOK SHOP
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya)**



Oleh:

YURYKE ARIANTI

NBI : 1212200136

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

**PENGARUH JAMINAN RETUR, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PRODUK *FACIAL WASH Y.O.U BEAUTY* DI PLATFORM TIKTOK SHOP
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya)**



Oleh:

YURYKE ARIANTI

NBI : 1212200136

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

**PENGARUH JAMINAN RETUR, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS ELANGGAN
PRODUK FACIAL WASH Y.O.U BEAUTY DI PLATFORM TIKTOK SHOP**

**(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana
Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

YURYKE ARIANTI

NBI : 1212200136

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

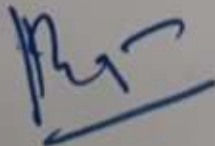
2025

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Yuryke Arianti
NBI : 1212200136
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul skripsi :

Pengaruh Jaminan Retur, *Online Customer Review*, Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Facial Wash Y.O.U Beauty* Di Platform Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Surabaya, 02 Desember 2025
Mengetahui / Menyetujui Pembimbing,



Dr. Estik Hari Prastiwi, SE., MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 12 Desember 2025

TIM PENGUJI:

1. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si

- Ketua

2. Dr. Estik Hari Prastiwi, SE., MM

- Anggota

3. Dr. Capt. Fautsa Ari Barata, M.H., M.M

- Anggota

Mengesahkan

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Prof. Dr. H. Tri Ratnawati, AK., M.S., CA., CPA

NPP. 20220.85.0043

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Yuryke Arianti
2. NBI : 1212200136
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. Agama : Islam
6. NIK : 3578175812020003
7. Alamat : Tambak wedi komplek KMS.

Dengan ini menyatakan skripsi berjudul:

“Pengaruh Jaminan Retur, Online Customer Review, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Facial Wash Y.O.U Beauty Di Platform Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)” merupakan hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis ataupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, jika kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 2 Desember 2025

Yang Membuat,



(Yuryke Arianti)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuryke Arianti
NBI/ NPM : 1212200136
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

"Pengaruh Jaminan Retur, *Online Customer Review*, Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Facial Wash Y.O.U Beauty* Di *Platform Tiktok Shop* (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)"

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 2 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Yuryke Arianti)

KATA PENGANTAR

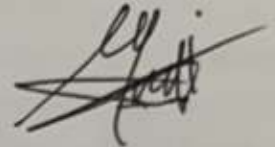
Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Dr. Estik Hari Prastiwi, SE., MM selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Harjo Seputro, S.T., M.T. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ak., M.S., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ida Ayu Sri Brahmayanti, M.M., selaku ketua penguji dan Dr. Nekky Rachmiyati, M.M., selaku penguji, dalam sidang proposal dan sidang skripsi, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga sidang skripsi. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Dr. Gustaf Naufan Febrianto, A.Md., S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah

akan tetapi ia adalah orang yang merasa bodoh, dengan begitu ia tak akan pernah berhenti untuk terus belajar.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 2 Desember 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Yuryke Arianti', with a stylized, cursive script.

Yuryke Arianti

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta membuktikan pengaruh Jaminan Retur, *Online Customer Review*, dan *Electronic Word of Mouth* secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan produk *Facial Wash Y.O.U Beauty* di *platform* TikTok Shop pada mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa yang pernah membeli produk tersebut melalui TikTok Shop, dengan 97 responden yang dipilih sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengolahan data melalui program SPSS 25. Teknik analisis yang diterapkan meliputi regresi linier berganda, uji t, uji F, serta serangkaian uji asumsi klasik seperti uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, Jaminan Retur, *Online Customer Review*, dan *Electronic Word of Mouth* masing-masing memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk *Facial Wash Y.O.U Beauty* pada *platform* TikTok Shop. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2), diketahui bahwa ketiga variabel itu mampu menjelaskan 86,9% variasi loyalitas pelanggan, sementara sisanya sebesar 13,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Jaminan Retur, *Online Customer Review*, *Electronic Word of Mouth*, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze and demonstrate the effect of the Return Guarantee, Online Customer Reviews, and Electronic Word of Mouth (WOM) on Customer Loyalty for Y.O.U Beauty Facial Wash products on the TikTok Shop platform among Management students at the University of 17 August 1945 Surabaya. The study population included all students who had purchased the product through TikTok Shop, with 97 respondents selected as a sample. This study employed quantitative methods with data processing using SPSS 25. The analytical techniques applied included multiple linear regression, t-tests, F-tests, and a series of classical assumption tests such as validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and the coefficient of determination (R^2).

The results indicate that, partially, the Return Guarantee, Online Customer Reviews, and Electronic Word of Mouth each have a positive and significant effect on Customer Loyalty. Simultaneously, these three variables were also shown to significantly influence customer loyalty for Y.O.U Beauty Facial Wash products on the TikTok Shop platform. Based on the results of the coefficient of determination (R^2) test, it was found that these three variables explained 86.9% of the variation in customer loyalty, while the remaining 13.1% was influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Return Guarantee, Online Customer Reviews, Electronic Word of Mouth, Customer Loyalty.*

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh jaminan retur, *Online Customer Review*, dan *electronic Word of Mouth* terhadap loyalitas pelanggan produk *facial wash* Y.O.U Beauty di platform TikTok Shop, dengan fokus pada mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dengan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 97 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Instrumen penelitian mencakup beberapa prosedur statistik untuk memastikan validitas dan reliabilitas data.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda melalui SPSS versi 25, yang dilengkapi dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, serta uji koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil pengolahan data, ditemukan bahwa jaminan retur, *Online Customer Review*, dan *electronic Word of Mouth* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut saling mendukung dalam meningkatkan loyalitas pada produk kecantikan yang dipasarkan secara digital.

Secara simultan, ketiga variabel bebas tersebut memberikan kontribusi yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 86,9% menunjukkan bahwa jaminan retur, *Online Customer Review*, dan *electronic Word of Mouth* mampu menjelaskan sebagian besar variasi loyalitas pelanggan. Sementara itu, 13,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini, seperti harga, kualitas produk, promosi, atau faktor psikologis konsumen.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa ulasan pelanggan dan komunikasi dari mulut ke mulut secara digital menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan serta loyalitas konsumen terhadap produk *skincare* di TikTok Shop. Berdasarkan hasil tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar perusahaan memperkuat strategi pemasaran berbasis review, meningkatkan kejelasan jaminan retur, dan memperluas interaksi digital dengan konsumen. Langkah tersebut dinilai dapat membangun kepercayaan serta mendorong loyalitas pelanggan secara berkelanjutan, terutama dalam ekosistem pemasaran digital yang semakin kompetitif.

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	ii
COVER DALAM.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	v
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI.....	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
RINGKASAN.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Perilaku Konsumen	11
2.1.4 Jaminan Retur (X1).....	11
2.1.4.1 Definisi Jaminan Retur.....	11
2.1.4.2 Faktor – faktor Jaminan Retur.....	12
2.1.4.3 Indikator Jaminan Retur.....	13
2.1.5 <i>Online Customer Review</i> (X2).....	14
2.1.5.1 Definisi Online Customer Review.....	14
2.1.5.2 Faktor-faktor Online Customer Review.....	15
2.1.5.3 Indikator Online Customer Review.....	15
2.1.6 <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3).....	17
2.1.6.1 Pengertian Electronic Word of Mouth	17
2.1.6.2 Faktor-faktor Electronic Word of Mouth.....	17
2.1.6.3 Indikator Electronic Word of Mouth	18
2.1.7 Loyalitas Pelanggan (Y).....	19

2.1.7.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	19
2.1.7.2 Faktor-faktor Loyalitas Pelanggan.....	20
2.1.7.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	20
2.2. Penelitian Terdahulu.....	21
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	24
2.3.1 Hubungan Jaminan Retur dengan Loyalitas Pelanggan.....	24
2.3.2 Hubungan <i>Online Customer Review</i> dengan Loyalitas Pelanggan.....	24
2.3.3 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	24
2.3.4 Hubungan Jaminan Retur, Online Customer Review, Electronic Word of Mouth berpengaruh secara simultan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan	25
2.4 Kerangka Konseptual.....	26
2.5 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
3.2.1 Tempat Penelitian.....	29
3.2.2 Waktu Penelitian.....	29
3.3 Jenis dan SumberData.....	29
3.3.1 Jenis Data.....	29
3.3.2 Sumber Data	30
3.4 Populasi dan Sampel.....	30
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Sampel.....	31
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	32
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	32
3.6.1 Definisi Variabel.....	32
3.6.2 Definisi Operasional.....	33
3.7 Proses Pengolahan Data	36
3.8 Metode Analisa Data.....	37
3.9 Uji Instrumen	37
3.10 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	38
3.10.1 Teknik Analisis Data.....	38
3.10.1.1 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.10.1.2 Regresi Linear Berganda.....	39
3.10.1.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.10.2 Teknik Pengujian Hipotesis.....	40
3.10.2.1 Uji t (Uji Signifikan Parsial)	40

3.10.2.2 Uji F (Uji Signifikan Simultan).....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	43
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	45
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Platfrom pembelian.....	45
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden	46
4.2.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Jaminan Retur (X1).....	47
4.2.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Online Customer Review (X2).....	48
4.2.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Electronic Word of Mouth (X3).....	49
4.2.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	50
4.3 Metode Analisis Data.....	51
4.3.1 Uji Instrumen.....	51
4.3.1.1 Uji Validitas.....	51
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	53
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	54
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas.....	55
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas	55
4.3.3 Analisis Data.....	56
4.3.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.3.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	58
4.3.4.1 Uji Parsial (Uji t).....	58
4.3.4.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	59
4.4 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian.....	60
4.4.1 Pengaruh Jaminan Retur (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan(Y)	60
4.4.2 Pengaruh <i>Online Customer Review (X2)</i> terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	60
4.4.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (X3)</i> terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	61
4.4.4 Pengaruh Jaminan retur (X1), <i>Online Customer Review (X2)</i> , <i>Electronic Word of Mouth (X3)</i> terhadap Loyalitas pelanggan (Y).....	61
4.5 Implikasi penelitian.....	62
4.6 Keterbatasan Penelitian.....	62

BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik penjualan produk beauty & care di Marketplace tahun 2024	2
Gambar 1. 2 Data penjualan YOU Beauty di platform TikTok Shop.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	54
Gambar 4. 2 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Gambar 4. 4 Regresi Linier Berganda	56
Gambar 4. 5 Koefisien Determinasi (R^2).....	58
Gambar 4. 6 Hasil Uji t.....	58
Gambar 4. 7 Hasil Uji F.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Mahasiswa prodi manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 agustus 1945 Surabaya.....	30
Tabel 3. 2 Skala pengukuran variabel penelitian menggunakan skala likert.....	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	45
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform pembelian	45
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa sering membeli	45
Tabel 4. 6 Pengukuran Variabel Skala Likert	46
Tabel 4. 7 hasil penelitian rata-rata variabel Jaminan retur (X1).....	47
Tabel 4. 8 Hasil penelitian rata-rata variabel Online Customer Review (X2).....	48
Tabel 4. 9 Hasil penelitian rata-rata variabel Electronic Word Of Mouth (X3).....	49
Tabel 4. 10 Hasil penelitian rata-rata variabel Loyalitas Pelanggan	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	71
Lampiran 2 Jawaban Responden	77
Lampiran 3 Uji Validitas.....	90
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	94
Lampiran 5 Uji Normalitas.....	95
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas	96
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas.....	97
Lampiran 8 Regresi Linier Berganda.....	98
Lampiran 9 Koefisien Determinasi (R^2).....	99
Lampiran 10 Uji t	100
Lampiran 11 Uji F.....	101
Lampiran 12 r tabel dan t tabel.....	102
Lampiran 13 F tabel	103
Lampiran 14 Kartu Bimbingan.....	104
Lampiran 15 Letter of Acceptance.....	105
Lampiran 16 Hasil Turnitin	106