

SKRIPSI
PENGARUH *NEGATIVE E-WOM* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA KONSUMEN MCDONALD'S DI BANJARMASIN



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Oleh:

KARLINA KHODIJAH

NIM: 2110312220046

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN

2025

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *NEGATIVE* E-WOM TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA KONSUMEN MCDONALD'S DI BANJARMASIN**

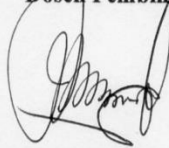
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Karlina Khodijah

NIM. 2110312220046

Telah dipertahankan di depan Tim penguji pada tanggal 4 Juli 2025 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima


Dosen Pembimbing



H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA
NIP. 19700209 199303 1 003

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Karlina Khodijah
NIM : 2110312220046
Jurusan : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Negative* E-WOM Terhadap Repurchase
Intention Dengan *Brand image* Sebagai Variabel
Intervening Pada Konsumen McDonald's di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jumat, 4 Juli 2025 (Ruang Kelas C3 Gedung PG)
Waktu Ujian : 10.00 WITA s/d Selesai

TIM PENGUJI

Pembimbing : H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA (.....) 

Penguji I : Prof. Laina Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D

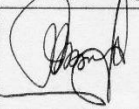
Penguji II : M. Yudi Rachman, SE, MM

BERITA ACARA PERBAIKAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat di bawah ini:

Nama : Karlina Khodijah
NIM : 2110312220046
Jurusan : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Negative* E-WOM Terhadap Repurchase Intention Dengan *Brand image* Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen McDonald's di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jumat, 4 Juli 2025 (Ruang Kelas C3 Gedung PG)
Waktu Ujian : 10.00 WITA s/d Selesai


Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji:


Nama Dosen	Keterangan	Tanda Tangan
H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA	Pembimbing	

Demikian Berita Acara Perbaikan Skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 14 Juli 2025

Mengetahui,
Koordinator Program Studi S1 Manajemen


Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

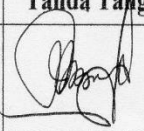
Mahasiswa

Karlina Khodijah
NIM. 2110312220046

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat di bawah ini:

Nama : Karlina Khodijah
NIM : 2110312220046
Jurusan : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Negative* E-WOM Terhadap Repurchase Intention Dengan *Brand image* Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen McDonald's di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jumat, 4 Juli 2025 (Ruang Kelas C3 Gedung PG)
Waktu Ujian : 10.00 WITA s/d Selesai

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji:


Nama Dosen	Keterangan	Tanda Tangan
H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA	Pembimbing	

Demikian Berita Acara Perbaikan Skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.


Banjarmasin, 14 Juli 2025

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen


Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

Mahasiswa


Karlina Khodijah
NIM. 2110312220046

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya selaku peneliti yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan yang sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukuman dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 14 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Karlina Khodijah
NIM. 2110312220046

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis ucapkan hanyalah untuk Allah SWT, Tuhan semesta alam, atas karunia-Nya selalu dilimpahkan kepada kita semua. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah dan syari'at Islam kepada umat manusia.

Atas rahmat dan hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Negative E-WOM* terhadap *Repurchase intention* dengan *Brand image* Sebagai Variabel Intervening pada Konsumen McDonald's di Banjarmasin”. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya Skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bahri, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si, CMA, CPM (Asia) selaku dosen penasihat akademik yang telah membimbing semasa di bangku kuliah.

5. Bapak H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberikan saran dan kritik, mengoreksi dengan penuh kesabaran kepada penulis agar skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Ibu Prof Laila Refiana Said, S.Psi, M. Si, Ph. D selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan koreksi, saran, dan kritik terhadap penelitian ini.
7. Bapak Yudi Rahman, SE, MM selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan koreksi, saran, dan kritik terhadap penelitian ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pengajar serta staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
9. Kedua orang tua tercinta saya, Ibu Noorjenah dan Bapak Karsono/Muhammad Fathullah, begitu besar jasa mereka yang telah membesarkan saya, yang telah memberikan bekal ilmu kepada saya, terima kasih atas cinta, kasih sayang, usaha serta materi dan doa yang selalu menyertai sehingga peneliti mampu melangkah sejauh ini, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada kalian.
10. Saudara dan Keponakan Penulis yaitu Ahmad Nur Badali (Kakak), Muhammad Nur Aflah (Adek), Shofa (Kakak Ipar), dan Ahmad Hamdan Wafa (Keponakan) terimakasih atas bantuan emosional berupa moodbooster yang diberikan.
11. Keluarga besarku terima kasih atas semuanya yang selalu memberikan kebahagiaan dalam keluarga ini.

12. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen Reg B Angkatan 2021 semoga kelak kita dapat meraih kehidupan yang kita impikan.
13. Sahabat-sahabat dekat saya selama duduk dibangku perkuliahan, terima kasih untuk 4 tahun semasa kuliah. Kalian telah memberikan semangat, motivasi, saran dan kritik yang membangun, semoga tetap terjalin silaturahmi kita dan semoga mimpi kalian cepat tercapai.
14. Teman-teman kost Najla Meranti yang telah menjadi keluarga kedua selama saya menempuh pendidikan di Kota Banjarmasin, terima kasih telah menghadirkan tawa di tengah lelah dan kehangatan di saat hari terasa sunyi.
15. Semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
16. *Last but not least*, untuk diri saya sendiri, Karlina Khodijah. Terima kasih atas keteguhan hati yang terus mendorong untuk bangkit saat menghadapi kesulitan. Terima kasih atas usaha tanpa henti, kesabaran dalam menghadapi tantangan, dan keberanian untuk melangkah meski ragu sering menghampiri. Saya bersyukur atas kekuatan yang telah saya temukan di dalam diri untuk terus maju dan menyelesaikan perjalanan panjang ini. Terima kasih sudah mau bertahan dan berjuang atas apapun yang terjadi sampai dengan saat ini. Berbanggalah kepada diri sendiri karena telah menjadi pahlawan dalam cerita hidupmu sendiri. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Proposal Skripsi ini masih belum sempurna. Namun, penulis sudah berusaha menyusun Proposal Skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna serta bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca serta dapat menambah pengetahuan.

Sehubungan dengan hal ini kiranya tidak ada kata yang pantas diucapkan kecuali ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, dengan iringan doa semoga bantuan mereka menjadi amal saleh dan mendapat ridho dari Allah SWT. Aamiin.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Banjarmasin, 14 Juli 2025

Peneliti,



Karlina Khodijah
NIM. 2110312220046

ABSTRACT

Karlina Khodijah (2025), The Influence of Negative E-WOM on Repurchase Intention with Brand Image as an Intervening Variabel Among McDonald's Consumers in Banjarmasin. Advisor: Ikhwan Faisal.

This study aims to analyze: (1) the influence of Negative Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Repurchase Intention, (2) the influence of Negative E-WOM on Brand Image, (3) the influence of Brand Image on Repurchase Intention, and (4) the influence of Negative E-WOM on Repurchase Intention through Brand Image.

This research uses a quantitative method. The population and sample in this study are all McDonald's consumers domiciled in Banjarmasin, aged 18 years and over, who have purchased McDonald's products, and have seen negative posts about McDonald's on social media. The sampling technique used is purposive sampling with a total of 100 respondents. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS) with the SmartPLS 4.0 analysis tool.

The results of this study indicate that Negative E-WOM has a negative and significant effect on Repurchase Intention, Negative E-WOM has a negative and significant effect on Brand Image, Brand Image has a positive and significant effect on Repurchase Intention, and Negative E-WOM has a negative and significant effect on Repurchase Intention through Brand Image.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Negative E-WOM, Brand Image, Repurchase Intention.*

ABSTRAK

Karlina Khodijah (2025), Pengaruh *Negative E-WOM* terhadap *Repurchase Intention* dengan *Brand Image* sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen McDonald's di Banjarmasin. Pembimbing: Ikhwan Faisal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh *Negative E-WOM* terhadap *Repurchase intention*, (2) Pengaruh *Negative E-WOM* terhadap *Brand image*, (3) Pengaruh *Brand Image* terhadap *Repurchase Intention*, (4) Pengaruh *Negative E-WOM* terhadap *Repurchase intention* melalui *Brand image*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah seluruh konsumen McDonald's yang berdomisili di Banjarmasin, berusia minimal 18 tahun, pernah membeli McDonald's, dan pernah melihat postingan negatif mengenai McDonald's di media sosial. Teknik sampling pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS), dan menggunakan alat analisis SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Negative E-WOM* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Repurchase intention*, *Negative E-WOM* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Brand image*, *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* *Negative E-WOM* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Repurchase intention* melalui *Brand image*.

Kata Kunci: *Electronic word of mouth, Negative E-WOM, Brand image, Repurchase intention*

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI.....	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian.....	12
BAB II PEMBAHASAN.....	14

2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 <i>Word of Mouth</i> (WOM)	14
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM)	15
2.1.3 <i>Negative Electronic Word of Mouth</i>	16
2.1.4 Indikator <i>Negative Electronic Word of Mouth</i>	17
2.1.5 <i>Brand Image</i>	18
2.1.6 Indikator <i>Brand Image</i>	19
2.1.7 <i>Repurchase Intention</i>	20
2.1.8 Indikator <i>Repurchase Intention</i>	21
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	23
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....	33
3.1 Kerangka Konseptual.....	33
3.2 Hipotesis	34
3.2.1 Pengaruh <i>Negative E-WOM</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	34
3.2.2 Pengaruh <i>Negative E-WOM</i> terhadap <i>Brand Image</i>	35
3.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	36
3.2.4 Pengaruh <i>Negative E-WOM</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Brand Image</i>	37
BAB IV METODE PENELITIAN	39
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	39
4.2 Jenis Penelitian	39

4.3 Tempat/Lokasi Penelitian	39
4.4 Unit Analisis	40
4.5 Populasi dan Sampel.....	40
4.5.1 Populasi	40
4.5.2 Sampel.....	40
4.6 Variabel Penelitian.....	42
4.6.1 Variabel Independen (Bebas).....	42
4.6.2 Variabel Dependen (Terikat).....	42
4.6.3 Variabel Intervening (Mediasi)	43
4.6.4 Variabel Operasional.....	44
4.7 Teknik Pengumpulan Data	44
4.8 Teknik Analisis Data	45
4.8.1 Statistik Deskriptif	46
4.8.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	46
4.8.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	49
4.8.4 Uji Hipotesis.....	50
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	52
5.1 Gambaran Umum McDonald's.....	52
5.2 Hasil dan Analisis	53
5.2.1 Karakteristik Responden	53
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	57

5.2.3	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	66
5.2.4	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	69
5.2.5	Uji Hipotesis.....	72
5.2.6	Pembahasan hasil Penelitian	74
5.2.7	Implikasi Hasil Penelitian	77
5.2.8	Keterbatasan Penelitian.....	79
BAB VI PENUTUP		81
6.1	Kesimpulan.....	81
6.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 4.1 Variabel Operasional.....	44
Tabel 4.2 Skala Pengukuran Likert.....	45
Tabel 4.3 Panduan Singkat Analisis Model Pengukuran.....	48
Tabel 4.4 Panduan Singkat Analisis Model Struktural	51
Tabel 5.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 5.2 Data Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 5.3 Data Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 5.4 Data Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 5.5 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 5.6 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	57
Tabel 5.7 Kriteria Penilaian	58
Tabel 5.8 Tanggapan Responden pada <i>Negative E-WOM</i>	59
Tabel 5.9 Tanggapan Responden pada <i>Brand image</i>	62
Tabel 5.10 Tanggapan Responden pada <i>Repurchase Intention</i>	64
Tabel 5.11 <i>Outer Loading Factor</i>	67
Tabel 5.12 Nilai <i>Cross Loading</i>	68
Tabel 5.13 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	69
Tabel 5.14 Nilai <i>R-Square</i>	69
Tabel 5.15 Nilai <i>F-Square</i>	71
Tabel 5.16 Nilai <i>Q-Square</i>	71
Tabel 5.17 Uji Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2024.....	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Internet di Indonesia 2024	2
Gambar 1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i> McDonald's.....	5
Gambar 1.4 <i>Brand Index Fast Food</i> di Indonesia Tahun 2020-2024	7
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	97
Lampiran 3 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	98
Lampiran 4 Uji Hipotesis	98
Lampiran 5 Uji Kerangka Penelitian.....	99
Lampiran 6 Tabulasi Data.....	100