

**PENGARUH KETERIKATAN EMOSIONAL MEREK TERHADAP
WORD OF MOUTH MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN**

SKRIPSI

OLEH
MUHAMMAD RAIHAN



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2026 M/1447 H**

**PENGARUH KETERIKATAN EMOSIONAL MEREK TERHADAP
WORD OF MOUTH MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN**

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan

Oleh:

**Muhammad Raihan
NIM. 220101050156**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
BANJARMASIN
2026 M/1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : Muhammad Raihan
NIM : 220101050156
Tempat Tanggal Lahir : Sungai Pinang Baru, 27 Januari 2005
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Menyatakan dengan ini sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Keterikatan Emosional Merek Terhadap *Word Of Mouth* Mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin" adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang di sebut sumbernya. Apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 22 Desember 2025

Yang membuat Pernyataan,



Penulis



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 3258137
E-mail: mpi@uin-antasari.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor: B-643/Un.14/III.1.h/PP.00.9/12/2025

Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama	:	Muhammad Raihan
NIM	:	220101050156
Program	:	S-1
Program Studi	:	Manajemen Pendidikan Islam

Judul Skripsi:

**PENGARUH KETERIKATAN EMOSIONAL MEREK TERHADAP WORD OF MOUTH
MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN**

Hasil Uji Plagiasi : 4%

Berdasarkan hasil uji plagiasi dengan menggunakan <https://www.turnitin.com> Bahwa naskah skripsi ini dinyatakan memenuhi syarat batas maksimal 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 23 Desember 2025
Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam,



Dis. H. Muhammad Yuseran, M.Pd.
NIP 196902211994031001

PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Keterikatan Emosional Merek Terhadap *Word Of Mouth* Mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

Nama : Muhammad Raihan
NIM : 220101050156
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan
Program : Strata Satu (S1)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Tahun Akademik : 2025 M/1447 H
Tempat dan tanggal lahir : Sungai Pinang Baru, 27 Januari 2005
Alamat : Sungai Pinang Baru Rt 01, Ke. Sungai Tabuk, Kab. Banjar

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 22 Desember 2025

Pembimbing Skripsi

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Pendidikan Islam Fakultas
Tarbiyah dan Keguruan UIN
Antasari Banjarmasin

Prof. Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I
NIP. 19760218 1997031001



Dis. H. Muhammad Yuseran, M.Pd
NIP. 196902211994031001

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul: Pengaruh Keterikatan Emosional Merek Terhadap *Word Of Mouth* Mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Nama Muhammad Raihan, NIM 220101050156, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin Pada:

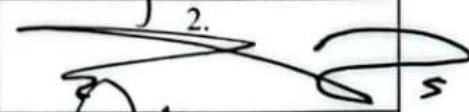
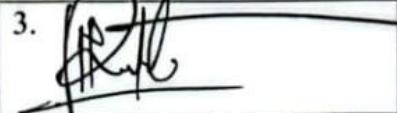
Hari : Selasa

Tanggal : 06 Januari 2026

Nilai : 90,5



TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan
1.	Drs. H. Muhammad Yuseran, M.Pd. (Ketua)	1. 
2.	Prof. Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I. (Anggota 1)	2. 
3.	Nauriatul Muharramah, S.E.I, M.Pd.I (Anggota 2)	3. 

ABSTRAK

Muhammad Raihan: NIM 220101050156 *Pengaruh Keterikatan Emosional Merek Terhadap Word Of Mouth Mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.* Skripsi, pembimbing bapak Prof. Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I, pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2026.

Kata Kunci: Keterikatan Emosional Merek, *Word Of Mouth,Mahasiswa, Pendidikan Tinggi.*

Persaingan di pendidikan tinggi menuntut perguruan tinggi membangun citra dan kepercayaan melalui strategi pemasaran yang efektif. *Word of mouth* menjadi strategi yang dapat dipercaya karena bersumber dari pengalaman nyata dan disampaikan secara sukarela. Salah satu pendorong utama *word of mouth* adalah keterikatan emosional merek yang didasari oleh afeksi, koneksi, dan passion mahasiswa terhadap universitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tingkat keterikatan emosional merek serta tingkat *word of mouth* mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh afeksi, koneksi, dan passion terhadap *word of mouth* mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin guna memahami peran keterikatan emosional mahasiswa dalam mendorong penyampaian pengalaman positif mengenai universitas.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan disebarluaskan kepada sampel yang berjumlah 415 Mahasiswa aktif UIN Antasari Banjarmasin dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square dengan bantuan isoftware SmartPLS. 4.1.1.6

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterikatan emosional merek dan WOM berada pada kategori tinggi, dengan nilai rata-rata brand afeksi sebesar 3,33, brand koneksi sebesar 3,35, dan brand passion sebesar 3,37, serta word of mouth mahasiswa sebesar 3,40. Pengujian hipotesis membuktikan bahwa brand afeksi ($t = 4,245$; $p = 0,000$), brand koneksi ($t = 7,608$; $p = 0,000$), dan brand passion ($t = 5,793$; $p = 0,000$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth, dengan kemampuan penjelasan sebesar 70,6%. Temuan ini menegaskan bahwa keterikatan emosional merek berperan penting dan berpengaruh signifikan dalam mendorong word of mouth mahasiswa dan menjadi strategi efektif dalam membangun citra serta reputasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang akan menarik minat calon mahasiswa secara berkelanjutan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، سَيِّدِنَا وَنَبِيِّنَا مُحَمَّدٌ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur kehadirat Allah Swt. sang Maha Segala-galanya, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat terselesaikan tugas akhir ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad Saw, beserta para sahabat, kerabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Skripsi ini dibuat dan diselesaikan tidak lepas dari dukungan, bantuan, bimbingan, arahan, dan motivasi dari berbagai pihak yang terlibat. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati yang tulus, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. H. Hamdan, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, yang telah berkenan menerima dan menyetujui judul skripsi ini.
2. Ibu Laila Rahmawati, S.Ag., S.S., M.Hum selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin.
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Pembimbing Skripsi, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang sangat berharga dalam perjalanan studi serta penyusunan skripsi ini.
4. Para dosen, karyawan, dari karyawan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan maupun

secara keseluruhan yang ada di UIN Antasari Banjarmasin, yang telah memberikan ilmu dan layanan yang baik kepada peneliti.

5. Bapak Dr. Moch Isra Hajiri, M.Hum selaku Kepala Perpustakaan UIN Antasari, dan para staf yang telah memberikan layanan yang baik kepada penulis dalam memperoleh referensi yang diperlukan.
6. Kepada doa, cinta dan dukungan orang-orang tercinta. Terimakasih banyak kepada ayahanda, ibunda, adik ku sekalian yang memberikan semangat juga doa yang tak pernah henti, berkat kalian aku ada ditahap ini. Dan kepada teman teman rekan seperjuangan MPI 2022 A juga para pangeran tampan MPI 2022 A yang selalu memberikan semangat, kekuatan, dan dukungan yang tidak terhingga.

Semoga Allah SWT. Melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada mereka dan mencatatnya sebagai kebaikan dengan pahala yang berlibat ganda. Penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat dan menjadi amabal badah disisi-Nya.

Banjarmasin, 4 Rajab 1447 H
24 Desember 2025 M

Penulis

MOTTO

“Dunia ini penuh dengan orang-orang baik.

Jika kamu tidak menemukannya,
jadilah salah satunya”

(Nishan Panwar)

TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

1. ا	:	A	16. ط	:	Th
2. ب	:	B	17. ظ	:	Zh
3. ت	:	T	18. ع	:	'
4. ث	:	Ts	19. غ	:	Gh
5. ج	:	J	20. ف	:	F
6. ح	:	H	21. ق	:	Q
7. خ	:	Kh	22. ك	:	K
8. د	:	D	23. ل	:	L
9. ذ	:	Dz	24. م	:	M
10. ر	:	R	25. ن	:	N
11. ز	:	Z	26. و	:	W
12. س	:	S	27. ه	:	H
13. ش	:	Sy	28. ء	:	'
14. ص	:	Sh	29. ي	:	Y
15. ض	:	Dh			

1. Vokal

Vokal dalam bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
ـ	A	Fathah
ـ	I	Kasrah
ـ	U	Dhammah

Kata sandang: Contoh: (الرِّجَال) al-rijâl, (الدِّيْوَان) al-dîwân bukan ad-dîwân. Syiddah: Misalnya, kata (الصَّرْوَرَة) tidak ditulis adh-dharûrah melainkan dharûrah, demikian seterusnya.

Vokal rangkap memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
ي	Ai	a dan i
و	Au	a dan u

2. Vokal Panjang

Ketentuan alih aksara vokal panjang (mad), yang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
بَا	Â	a dengan topi di atas
بِي	Î	i dengan topi di atas
بُو	U	u dengan topi di atas

3. Kata Sandang

Kata sandang, yang dalam sistem aksara Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu dialihaksarkan menjadi huruf /I/, baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf kamariah. Contoh: al-rijâl bukan ar-rijâl, al-dîwân bukan ad-dîwân.

4. Syiddah (*Tasydid*)

Syiddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda (-) dalam alih aksara ini dilambangkan dengan huruf, yaitu dengan

menggandakan huruf yang diberi tanda *syiddah* itu. Akan tetapi, hal ini tidak berlaku jika huruf yang menerima tanda *syiddah* itu terletak setelah kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf syamsiyah. Misalnya, kata (الضَّرُورَةُ) tidak ditulis adh-dharûrah melainkan dharûrah, demikian seterusnya.

5. *Ta Marbûthah*

Berkaitan dengan alih aksara ini, jika huruf *ta marbûthah* terdapat pada kata yang berdiri sendiri, maka huruf tersebut dialihaksarkan menjadi huruf /h/ (lihat contoh 1 di bawah). Hal yang sama juga berlaku jika *ta marûthah* tersebut diikuti oleh kata sifat (*na 't*) (lihat contoh 2). Namun, jika huruf *ta marûthah* tersebut diikuti kata benda (*ism*), maka huruf tersebut dialihaksarkan menjadi huruf /t/ (lihat contoh 3).

No.	Kata Arab	Alih Aksara
1.	طَبِيقَةٌ	Tharîqah
2.	الْجَمِيعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ	Al-Jâmi'ah al-Islâmiyah
3.	وَحْدَةُ الْوُجُودُ	Wahdah al-Wujûd

6. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam alih aksara ini huruf kapital tersebut juga digunakan, dengan mengikuti ketentuan yang berlaku dalam ejaan Bahasa Indonesia, antara lain untuk menuliskan permulaan kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri, dan lain-lain. Jika nama diri didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf

awal nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya. Contoh: al-Ghazali bukan Al-Ghazali, al-Banjari bukan Al-Banjari.

Beberapa ketentuan lain dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) sebetulnya juga dapat diterapkan dalam alih aksara ini, misalnya ketentuan mengenai huruf cetak miring (*italic*) atau cetak tebal (*bold*). Jika menurut PUEBI, judul buku itu ditulis dengan cetak miring, maka demikian halnya dalam alih aksaranya, demikian seterusnya.

Berkaitan dengan penulisan nama, untuk nama-nama tokoh yang berasal dari Nusantara sendiri, disarankan tidak dialihaksarakan meskipun akar katanya berasal dari bahasa Arab. Misalnya ditulis Abdussamad al-Palimbani, tidak ‘Abd al-Samad al-Palimbâni; Nuruddin al-Raniri, tidak Nûr al-Dîn al-Rânîrî.

7. Cara Penulisan Kata

Setiap kata, baik kata kerja (*fi'l*), kata benda (*ism*), maupun huruf (*harf*) ditulis secara terpisah. Berikut adalah beberapa contoh alih aksara atas kalimat-kalimat dalam bahasa Arab.

Aksara Arab	Alih Aksara
ذَهَبَ الْأَسْنَادُ	dzahaba al-ustâdzu
ثَبَتَ الْأَجْرُ	tsabata al-ajru
الْحَرْكَةُ الْعَصْرِيَّةُ	al-harakah al- ‘ashriyyah
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللهُ	asyhadu an lâ ilâha illah Allâh
مَوْلَانَا مَلِكُ الصَّالِحِ	mawalânâ Malik al-Shâlih
يُؤْتِرُكُمُ اللهُ	yu’tsirukum Allâh

الْمَظَاهِرُ الْعُقْلِيَّةُ	al-mazhâhir al- ‘aqliyyah
حُبُّ الِإِسْتِطْلَاعِ	<u>hub al-istithlâ’</u>
الْمَادَّةُ الْمَصْنُوعَةُ مِنَ الْحَيَّوَانِ	al-mâddah al-mashnû’ah min al-hayawân
طَرْفُ الْعَيْنِ	tharf al- ‘ayni
الْمُسَاهَمَةُ	al-musâhamah
مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا	man salaka tharîqan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	ii
SURAT BUKTI BEBAS PLAGIASI.....	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO.....	ix
TRANSLITERASI.....	x
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Signifikansi Penelitian	11
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	12
G. Hipotesis Penelitian.....	20
H. Sistematika Penulisan.....	21
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	
A. Kajian Teori.....	22
1. Keterikatan Emosional Merek	22
2. <i>Word Of Mouth</i>	26
3. Pengaruh Keterikatan Emosional Terhadap WOM ..	30
B. Kerangka Berfikir.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
B. Lokasi Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian	35
D. Data dan Sumber Data.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Instrument Penelitian	42
G. Teknik Analisis Data.....	44
H. Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	48
B. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	117

DAFTAR TABEL

No	Halaman
1.1 Hipotesis penelitian	20
3.1 G-Power.....	37
3.2 Karakteristik Sampel.....	38
3.3 Poin Skala Likert	41
3.4 Uji Coba Validitas dan Reliabilitas	43
4.1 Rektor UIN Antasari Banjarmasin	48
4.2 Deskriptif Nilai Rata-Rata	51
4.3 Hasil Validitas	53
4.4 Hasil Reliabilitas.....	54
4.5 Verifikasi Hipotesis	56
4.6 Model Fit	57

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
2.1 Kerangka Berfikir.....	32
4.1 Model Konseptual.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Halaman
1 Terjemahan Bahasa Asing	76
3 Barcode Google Form	77
2 Tabel Krejcie dan Morgan	78
4 Tabulasi Data	79
5 Surat Keterangan Pembimbing Skripsi	96
6 Surat Telah Seminar Proposal	97
7 Surat Persetujuan Riset	98
8 Surat Riset	99
9 Surat Pemberian Riset	100
10 Surat Selesai Riset	101
11 Dokumentasi Penelitian	102
12 Validitas Isi dan Kejelasan Isi	103
13 Catatan Konsultasi Bimbingan Skripsi	111