



Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno
Bengkulu

Penulis
LIA ELENDA

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*,
CUSTOMER ENGAGEMENT, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK FASHION
MUSLIM DI E-COMMERCE SHOPEE PADA GEN Z MUSLIM
KOTA BENGKULU**



Editor :

Dr. Nonie Afrianty, M.E
Citra Liza, M.Si

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM),
CUSTOMER ENGAGEMENT, DAN *CUSTOMER
EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PRODUK *FASHION* MUSLIM DI *E-COMMERCE* SHOPEE
PADA GEN Z MUSLIM KOTA BENGKULU**

(Jurnal Ilmiah)



TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memproleh
Gelar Sarjana Ekonomi

OLEH:

LIA ELENDA

NIM 2223130112

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
BENGKULU
2025 M/1447 H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfashengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul "*Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Customer Engagement Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Muslim di E-Commerce Shopee pada Gen Z Muslim Kota Bengkulu*" yang disusun oleh:

Nama : Lia Elenda
NIM : 2223130112
Program Studi : Ekonomi Syariah
Bentuk Tugas Akhir : Artikel Jurnal

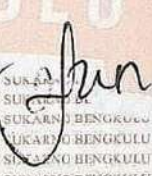
Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran tim pembimbing oleh karena itu, tugas akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* tugas akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, Jun 2026 M
Zulhijjah 1447 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Nonie Afrianty, ME
NIP. 199304242018012002


Citra Liza, M.Si
NIP. 198710252020122006


Kaprodi Ekonomi Syariah


Feng Juli Efrianto, M.E
NIP. 199307052020121010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Kaden Fatmahan Pagur Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul *"Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Customer Engagement dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Muslim di E-Commerce Shopee pada Gen Z Muslim Kota Bengkulu"* yang disusun oleh:

Nama : **Lia Elenda**
NIM : **2223130112**
Program Studi : **Ekonomi Syariah**
Bentuk Tugas Akhir : **Artikel Jurnal**

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada :

Hari : **Kamis**
Tanggal : **30 Juli 2026**

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 30 Juli 2026

Shafar 1448 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Dr. Evan Sitawan, MM

Muthi Adilah Bahril M. SE

NIP. 199203202019031008

NIP. 1996032520205052004

Penguji

Penguji

Dr. Evan Sitawan, MM

Dr. Debby Ansandi, MBA

NIP. 199203202019031008

NIP. 198609192019032012

Mengetahui,

Dekan

Prof. Dr. H. Suwarjin, MA

NIP. 196904021999031004

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Elektronic Word Of Mouth*, *Customer Engagement*, dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Fashion* Muslim di E-commerce Shopee pada Gen Z Muslim Kota Bengkulu”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 2026

Mahasiswa yang menyatakan



Lia Elenda

NIM 2223130112

MOTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

“Setetes keringat orang tua ku yang keluar, ada seribu langkah ku untuk maju”

(Penulis)

“Selesaikan apa yang kamu mulai, lewati saja badainya jangan ubah tujuannya”

“Semua cerita indah tidak pernah diawali dengan awal yang indah, cinderela atau tokoh apapun yang akhirnya bahagia pasti melewati kesedihan dulu diawalnya”

(Harry Vaughan-AGZ)

“Kehilangan bukan akhir, melainkan pengingat bahwa tidak ada yang benar-benar milik kita, kecuali cara kita menerimanya”

(Stoikisme)

PERSEMBAHAN

Tidak ada lembar yang paling berarti dan paling indah dalam skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah sungguh perjalanan yang cukup panjang yang penulis lalui untuk menyelesaikan skripsi ini. Rasa syukur dan bahagia ini akan penulis persembahkan kepada orang-orang yang sangat berarti dalam proses perjalanan. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ucapan terima kasih yang paling mendalam penulis persembahkan kepada almarhumah ibu (Yahani). Walau raga tak lagi bersama, doa, kasih sayang, pengorbanan dan nilai-nilai kehidupan yang telah ditanam kan semasa hidup senantiasa menjadi cahaya, penguat dan sumber semangat penulis dalam setiap langkah. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud bakti, cinta, dan pengorbanan tak terhingga kepada beliau. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih sayang yang diberikan, semoga ibu melihat putri kecil ibu dari tempat terbaik di sisinya. Semoga Allah SWT. Senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang nya kepada ibu. Aamiin
2. Kepada cinta pertama saya ayahanda tercinta (Sakarman), skripsi ini penulis persembahkan kepada ayah yang mungkin tak selalu hadir dengan kata, namun selalu ada dalam doa dan usaha. Setiap langkah penulis hingga titik ini tidak lepas dari restu, kerja keras, dan ketulusan ayah. Semoga Allah selalu membalas semua pengorbanan ayah dengan pahala yang tak terputus, sehat selalu dan panjang umur, Aamiin Ya Robal Alamin.
3. Untuk adik tersayang (Sinta), yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan dalam setiap langkah. terima kasih telah menjadi penopang di saat penulis hampir

menyerah. Semoga setiap langkah mu dipenuhi kebahagiaan dan kesuksesan.

4. Untuk seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Yosep Sean Connery. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Terima kasih telah menjadi rumah paling tenang, menjadi telinga paling sabar dan menjadi penguat saat segalanya terasa berat.
5. Untuk sanak saudara yang menjadi pelindung dan pelipur, terima kasih telah merangkul dikala dunia terasa asing dan sepi.
6. Penulis ucapkan terima kasih juga kepada ibu dan keluarga yang telah menerima serta menyanyangi dengan tulus. Terima kasih telah hadir memberikan kasih sayang, perhatian, dan dukungan layaknya seorang ibu kandung, meskipun kita tidak terikat hubungan darah.
7. Terima kasih yag tulus penulis sampaikan kepada teman seperjuangan Lena, Corline, Anita, Licia, Rahayu, Arda, Ocy, Yunita Dan Devi. Terima kasih sudah berbagi kebahagiaan maupun kesedihan selama masa pendidikan . terima kasih kalian selalu hadir dengan kebersamaan, dukungan dan semangat.
8. Terima kasih kepada dosen pembimbing ibu Nonie Afrianty, M.E dan ibu Citra Liza, M.Si. yang telah membimbing, mendukung, dan memberikan kemudahan selama proses penyusunan karya ini.
9. Yang terakhir terima kasih untuk diri sendiri, karena mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Perjalanan masih panjang semoga saya senantiasa kuat dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah.

ABSTRAK

Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) *Customer Engagement* Dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Fashion* Muslim Di *E-Commerce* Shopee Pada Gen Z Muslim Kota Bengkulu
Oleh: Lia Elenda, NIM: 2223130112

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth* (eWOM), *customer engagement*, dan *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan produk *fashion* muslim di e-commerce Shopee pada Gen Z Muslim Kota Bengkulu. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas. Populasi penelitian adalah Gen Z Muslim Kota Bengkulu yang menggunakan Shopee dan pernah membeli produk *fashion* muslim. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner (Google Form) yang disebarakan kepada responden sesuai kriteria penelitian. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* (eWOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *Customer engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *Customer experience* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, secara bersama-sama *Electronic Word of Mouth* (eWOM), *customer engagement*, dan *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk *fashion* muslim di e-commerce Shopee pada Gen Z Muslim Kota Bengkulu.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth* (eWOM), *Customer Engagement*, *Customer Experience*, Loyalitas Pelanggan, Shopee.

ABSTRACT

The Influence of Electronic Word of Mouth (eWOM), Customer Engagement, and Customer Experience on Customer Loyalty of Muslim Fashion Products on Shopee E-Commerce among Muslim Generation Z in Bengkulu City

By: Lia Elenda, Student ID: 2223130112

This study aims to examine the influence of Electronic Word of Mouth (eWOM), customer engagement, and customer experience on customer loyalty toward Muslim fashion products on Shopee e-commerce among Muslim Generation Z in Bengkulu City. This research employed a quantitative approach with a causal research design. The population consisted of Muslim Generation Z consumers in Bengkulu City who use Shopee and have purchased Muslim fashion products. The sample comprised 100 respondents selected using the Slovin formula and purposive sampling technique. Data were collected through a questionnaire distributed via Google Forms to respondents who met the research criteria. The collected data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 27. The results indicate that Electronic Word of Mouth (eWOM) has a positive and significant effect on customer loyalty. Customer engagement also has a positive and significant effect on customer loyalty. Likewise, customer experience has a positive and significant effect on customer loyalty. Furthermore, Electronic Word of Mouth (eWOM), customer engagement, and customer experience simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty toward Muslim fashion products on Shopee e-commerce among Muslim Generation Z in Bengkulu City.

Keywords: *Electronic Word of Mouth (eWOM), Customer Engagement, Customer Experience, Customer Loyalty, Shopee.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (eWOM), *Customer Engagement* Dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Fashion Muslim Di E-Commerce* Shopee Pada Gen Z Muslim Kota Bengkulu”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), *Customer Engagement* dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Fashion Muslim Di E-Commerce* Shopee pada Gen Z Muslim Kota Bengkulu, serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Khairudin, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

2. Prof. Dr. Suwarjin, M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
3. Eeng Juli Efrianto. S.E., M.E selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
4. Dr. Nonie Afrianty, M.E selaku Pembimbing I, yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Citra Liza, M.Si selaku Pembimbing II, yang telah memberikan waktunya kepada penulis atas bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan ilmu dengan penuh kesabaran.
6. Kedua orang tua tercinta penulis yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan semangat kepada penulis.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat berbagai kelemahan dan kekurangan dari berbagai aspek. Oleh karena itu, penulis memohon maaf serta sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan dan kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang.

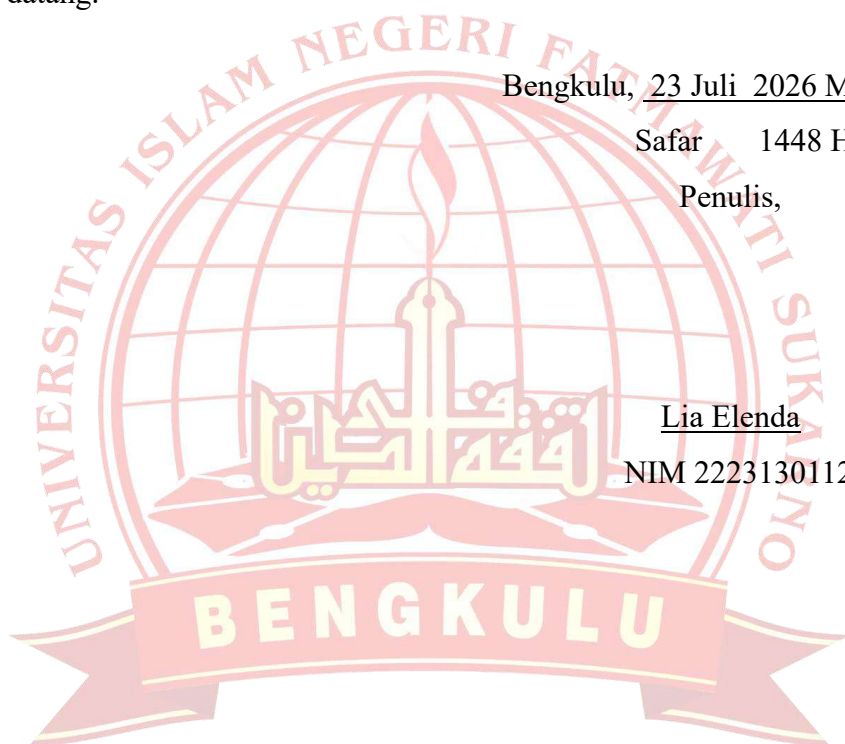
Bengkulu, 23 Juli 2026 M

Safar 1448 H

Penulis,

Lia Elenda

NIM 2223130112

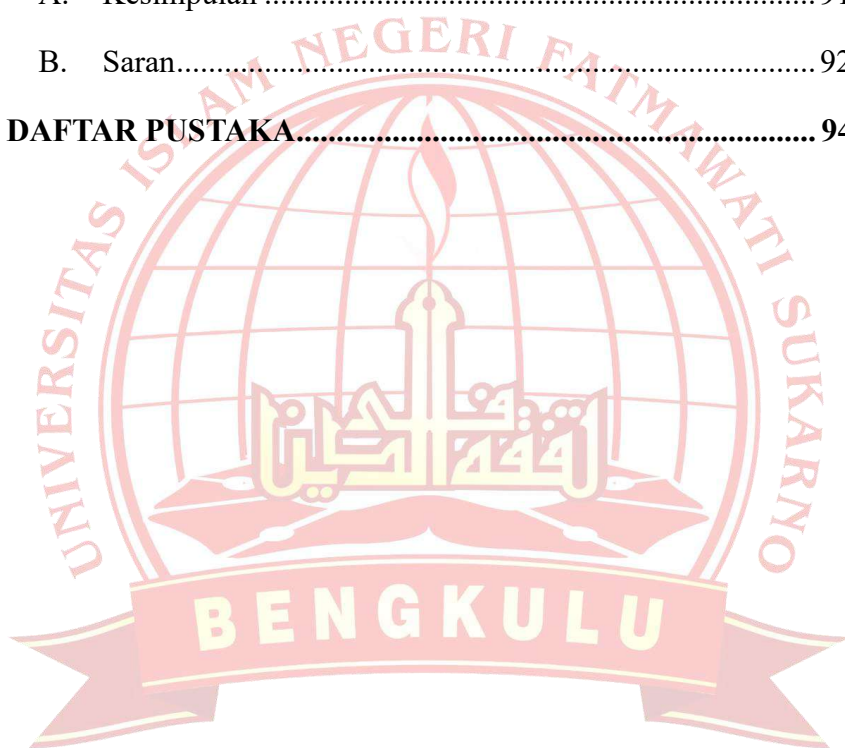


DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
MOTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Penelitian Terdahulu.....	11
D. Rumusan Masalah	17
E. Tujuan Penelitian.....	17
F. Kegunaan Penelitian.....	18

G. Sistematika Penelitian	19
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR ...	22
A. Kajian Teori.....	22
1. Teori Pemasaran Relasional (<i>Relationship Marketing Theory</i>)	22
2. Loyalitas Pelanggan	24
3. <i>Electronic Word Of Mouth</i> (eWOM).....	31
4. <i>Customer Engagement</i>	36
5. <i>Customer Experience</i>	39
B. Kerangka Berpikir Penelitian.....	42
C. Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	49
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	49
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	50
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	52
E. Variabel dan Definisi Oprasional	53
F. Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
A. Hasil Penelitian	61
1. Deskripsi Responden.....	61

2. Deskripsi Tingkat Capaian Responden (TCR)	63
3. Hasil Uji Data.....	74
B. Pembahasan.....	84
BAB V PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	50
Tabel 3.2 Definisi Oprasional	53
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	61
Tabel 4. 2 Klasifikasi Tingkat Capaian Responden	63
Tabel 4. 3 TCR Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	64
Tabel 4.4 TCR Variabel <i>Customer Engagement</i>	66
Tabel 4.5 TCR Variabel <i>Customer Experience</i>	69
Tabel 4.6 TCR Variabel Loyalitas Pelanggan	71
Tabel 4 .7 Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4 .8 Hasil Uji Reabilitas	75
Tabel 4 .9 Hasil Uji Normalitas.....	76
Tabel 4 .10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4 .11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji T	80
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	82
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Platform Belanja <i>Online</i> Paling Banyak Diakses di Indonesia Tahun 2025	2
Gambar 2. Kerangka Berpikir Penelitian	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Form Validasi Tema Tugas Akhir	109
Lampiran 2. Surat Penunjukan Pembimbing	111
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 4. Halaman Persetujuan Izin Penelitian.....	120
Lampiran 5. Surat Izin Penelitian.....	121
Lampiran 6. Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing 1	122
Lampiran 7. Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing 2	124
Lampiran 8. Nilai Jurnal Ilmiah Dari Dosen Pembimbing 1	126
Lampiran 9. Nilai Jurnal Ilmiah Dari Dosen Pembimbing 2	127
Lampiran 10. Letter Of Accept (LOA) Jurnal Ilmiah	128
Lampiran 11. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif.....	129
Lampiran 12. Surat Keterangan Pendamping Ijazah (SKPI)	130
Lampiran 13. Surat Keterangan Lulus Plagiarisme	131
Lampiran 14. Tabulasi Data Penelitian	135
Lampiran 15. Hasil Analisis Data	158
Lampiran 16. Dokumentasi Penelitian.....	165