

WORD OF MOUTH DAN  
KUALITAS PELAYANAN  
BERDAMPAK PADA KEPUASAN  
KONSUMEN PADA USAHA KECIL  
MENENGAH GRESIK  
*by* RUSDIYANTO RUSDIYANTO

---

**Submission date:** 14-Nov-2022 10:17PM (UTC-0500)

**Submission ID:** 1899223193

**File name:** New\_Jurnal\_Kewarganegaraan.docx (66.25K)

**Word count:** 3096

**Character count:** 19213

## WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PELAYANAN BERDAMPAK PADA KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KECIL MENENGAH GRESIK

Arif Syafi'ur Rochman<sup>1</sup>, Mono Pratiko Gustomi<sup>2</sup>, Rusdiyanto<sup>3</sup>, Mochamad Syafii<sup>4</sup>,  
Bustanul Ulum<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Gresik, Jl Arif Rahman Hakim Gresik No.2B, Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 6111<sup>61</sup> Indonesia

Email: [arifsyafiur@gmail.com](mailto:arifsyafiur@gmail.com), [monogoes@gmail.com](mailto:monogoes@gmail.com), [rusdiyanto.se.m.ak-2017@feb.unair.ac.id](mailto:rusdiyanto.se.m.ak-2017@feb.unair.ac.id),  
[syafiimochamad87@gmail.com](mailto:syafiimochamad87@gmail.com), [bustanululum46@gmail.com](mailto:bustanululum46@gmail.com)

### Abstrak

Bisnis jahit/ garmen berkembang pesat seiring dengan perkembangan toko pakaian. Bisnis jasa jahit merupakan bisnis yang menawarkan peluang besar untuk menarik perhatian konsumen. Jasa Jahit Rumah memperhatikan kepuasan konsumen dan berdasarkan dari mulut ke mulut dan kualitas pelayanan di rumah Kudus UKM di kabupaten Gresik. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode non-probability dan random sampling. Populasi yang digunakan sebanyak 135 konsumen dan sampel yang digunakan sebanyak 101 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fluktuasi word of mouth dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UKM di Kabupaten Gresik.

**Kata Kunci:** Usaha Jahit, Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

### 1. PENDAHULUAN <sup>47</sup>

Manusia sebagai individu memiliki kebutuhan yang terdiri dari kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder dalam kehidupannya. Kebutuhan dasar tersebut meliputi sandang dan pangan pokok. Busana memiliki arti pakaian yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat sehari-hari. Dimulai dengan pencanangan kebutuhan pokok, Toko pakaian kini berkembang pesat dengan menghadirkan model yang berbeda. Konsumen sangat tertarik dengan perkembangan tren mode pakaian, Peluang bisnis terkait tidak terbatas. Selain toko pakaian, toko jasa jahit merupakan salah satu bisnis yang berpeluang menarik minat konsumen. Hal ini karena berbanding lurus dengan pandangan dan ide kustomisasi yang tinggi akibat perkembangan tren fashion Iran, sehingga konsumen dapat memperoleh model pakaian yang sesuai dengan keinginan mereka dan ukuran <sup>58</sup> ng sesuai dengan tubuh mereka.

Menurut (Latief 2018) mengatakan "Komunikasi dari mulut ke mulut, yang dikenal sebagai pemasaran dari *Word of Mouth*, dipandang oleh bisnis sebagai media komunikasi pemasaran dalam dirinya sendiri. Perusahaan, produk <sup>26</sup> au layanan penghargaan produk yang menjadi subjek komunikasi." Menurut (Arief 2020) "Kualitas pelayanan merupakan senjata ampuh untuk keunggulan dalam perusahaan, terutama yang bergerak di bidang jasa, seperti perusahaan perbankan, maskapai penerbangan dan perusahaan jasa lai <sup>71</sup> ya."

Menurut (Gerson 2020) "Kepuasan konsumen biasanya puas jika produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan mereka." Peneliti mengambil objek usaha jahit rumahan, Ada organisasi usaha mikro jahit milik perseorangan yang dinamai "Berkah *Tailor*" yang diketuai oleh ibu mif <sup>32</sup> n anggota ibu Fatimah, ibu Mujaatin, ibu Datul dan ibu Musyafaah. Yang bertempat di RT 01 RW 04 Desa Suci Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik. Bisnis ini telah

berkembang dan beroperasi sejak lama. Awalnya, bisnis ini dijalankan oleh ibu rumah tangga untuk mengisi waktu luang. Seiring berjalannya waktu, pekerjaan ini tidak hanya mengisi waktu luang dan hobi saja, tetapi juga menjadi sumber pendapatan untuk meningkatkan anggaran keluarga mereka. Usaha jahit ini tidak membutuhkan modal yang besar, selain kemampuan menjahit juga mesin jahit, mesin obras dan beberapa bahan lain yang dibutuhkan. Usaha ini dilakukan di rumah penjahit masing-masing jadi biaya yang dikeluarkan tidak terlalu banyak karena tidak perlu menyewa tempat.

Persaingan dalam industri jasa jahit semakin ketat seiring dengan perkembangan zaman dan mode pakaian. Keterampilan saja tidak cukup. Penjahit saat ini harus ambisius dan inovatif untuk memuaskan konsumen mereka. Selain konsumen yang puas dengan usaha jasa jahit rumah, hasil yang tidak sesuai, penjahitan yang kurang baik, dan terkadang waktu penjahitan pakaian yang lama menyebabkan ketidakpuasan konsumen, sehingga penggunaan usaha jasa jahit rumah menjadi tidak disukai, banyak konsumen yang ragu-ragu. Kelebihan dan permasalahan tersebut yang dapat menciptakan *word of mouth* positif atau negative yang dapat membuat calon konsumen lain ada yang tertarik maupun tidak tertarik melakukan transaksi pemesanan atas jasa jahit yang ditawarkan.

Menurut penelitian (Salsabila 2019) "variabel *word of mouth* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen." Sedangkan menurut penelitian Asriyati (2020) "variabel *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen." Dan menurut penelitian Rahayu et. al. (2020) "variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen."

## 9 LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### 2.1 Word Of Mouth

Menurut Kotler dalam Salsabila (2019) mengartikan "*word of mouth* sebagai suatu komunikasi interpersonal tentang produk diantara pembeli dan orang-orang yang ada di sekitarnya." Menurut (Kurniasih 2021) "*word of mouth* merupakan proses pemasaran yang dilakukan secara tidak sengaja oleh konsumen, kepada orang lain. Tentang produk dan jasa yang telah digunakan." Menurut Wiyoni dalam (Kurniasih 2021) dalam "*Word Of Mouth* terdapat beberapa hal yang dapat digunakan sebagai indikator, dalam menentukan apakah berhasil atau tidak." Indikatornya adalah: 1. Membicarakan, 2. Mempromosikan, 3. Merekomendasikan, 4. Menjual

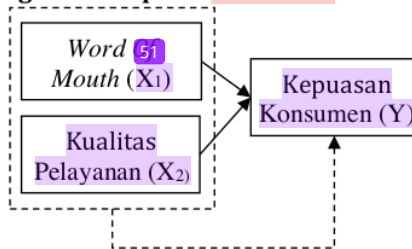
### 2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut (Indrasari 2019) "Kualitas merupakan salah satu indikator terpenting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam persaingan yang ketat di industri. Kualitas didefinisikan sebagai seperangkat karakteristik produk yang mendukung kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan tertentu atau yang ditentukan." Menurut *The American Society For Quality Control* dalam (Arief 2020) mengartikan "kualitas adalah seperangkat fitur dan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat." Menurut Parasuraman dalam Firdaus (2020) terdapat lima indikator kualitas pelayanan yakni sebagai berikut: Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Bukti Fisik (*Tangible*), Empati (*Empathy*), Keandalan (*Reliability*)

### 2.3 Kepuasan Konsumen 24

Menurut (Kotler and Amstrong 2020) "*Customer satisfaction The extent to which a product's perceived performance matches a buyer's expectations*" "Kepuasan konsumen adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli." Menurut Tjiptono dalam (Kurniasih 2021) "Kepuasan konsumen adalah tingkat di mana konsumen merasa bahwa kebutuhan dan keinginan mereka telah terpenuhi dan bahwa produk dan layanan yang mereka beli telah memenuhi harapan mereka. Menurut Sangaji dan Sopiha dalam Fadli (2021) Ada beberapa indikator kepuasan konsumen, yaitu: Kualitas produk yang dihasilkan, Kualitas pelayanan yang diberikan, Harga Produk, Kemudahan Mengakses Produk, Cara Mengklankan Produk

### 2.4 Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1: Kerangka Konseptual Penelitian

### 2.5 Hipotesis 8

H<sub>1</sub> : Diduga *word of mouth* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UKM jahit rumahan Suci Gresik.

H<sub>2</sub> : Diduga kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UKM jahit rumahan Suci Gresik.

H<sub>3</sub> : Diduga *word of mouth* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UKM jahit rumahan Suci Gresik.

## 3. Metode Penelitian

### 3.1 Lokasi dan Jenis Penelitian 8

Penelitian ini dilakukan pada objek atau lokasi usaha pada UKM jahit rumahan yang terletak di RT 01 RW 04 Desa Suci Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik Provinsi Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini karena tidak hanya dapat menggambarkan keadaan saat ini, tetapi juga bagaimana menafsirkan dan mencari tahu pengaruh *word of mouth* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UKM jahit rumahan Suci Gresik.

### 3.2 Populasi 83

Dalam penelitian ini, populasi yang diambil adalah seluruh konsumen pengguna jasa UKM jahit rumahan di RT 01 RW 04 Desa Suci Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik, per bulan Desember 2021 terhitung sebanyak 135 konsumen yang menggunakan UKM jahit rumahan.

14

### 3.3 Sampel

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, dengan toleransi atau *Margin of error* yang ditetapkan sebesar 5% atau 0,05, Berikut rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan : n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = *Margin of error*

Berdasarkan Jumlah populasi sebanyak 135 konsumen dan tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 5% sehingga jumlah sampel yang diambil peneliti sebanyak 101 responden.

### 3.4 Metode Analisis Data

#### 3.4.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono 2019) “ Instrumen yang valid berarti instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan (mengukur) data tersebut valid. Valid berarti instrumen dapat mengukur apa yang diukurinya.” Cara menguji validitas dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah 5%, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan dikatakan valid.

#### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali 2018) dalam Budiarto (2018) menyatakan bahwa “suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas/ keandalan adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur peletakan dengan menunjukkan tingkat keandalan tertentu. Jika faktor keandalan yang diukur lebih besar dari 0,6, instrumen dikatakan memiliki tingkat keandalan yang dapat diterima. Perhitungan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha Cronbach.”

#### 3.4.3 Analisa Regresi Linier Berganda

Menurut Wiratna dalam Riva (2020) “Analisis regresi linier berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) terhadap satu variabel dependen (Y) dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.” Rumus :

$$Y = a + b_1(X_1) + b_2(X_2) + e$$

Keterangan:

Y = (Variabel terikat)

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi dari  $X_1$

$X_1$  = Variabel Bebas  $X_1$

$b_2$  = Koefisien Regresi dari  $X_2$

$X_2$  = Variabel Bebas  $X_2$

e = Error



### 3.5 Uji Hipotesis

#### 3.5.1 Uji t

Menurut (Ghozali 2018) "Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen."

#### 3.5.2 Uji F

Menurut Ghozali, (2018:98) "Uji hipotesis seperti ini dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun estimasi, apakah Y berhubungan linier terhadap  $X_1$  dan  $X_2$ ."

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Uji Validitas

Hasil SPSS untuk uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1: Hasil Uji Validitas Indikator Word Of Mouth**

Item	Nilai r <sub>hitung</sub>	Nilai r <sub>tabel</sub>	Keterangan
X1.1	0,535	0,1937	Valid
X1.2	0,746	0,1937	Valid
X1.3	0,709	0,1937	Valid
X1.4	0,750	0,1937	Valid

**Tabel 2: Hasil Uji Validitas Indikator Kualitas Pelayanan**

Item	Nilai r <sub>hitung</sub>	Nilai r <sub>tabel</sub>	Keterangan
X2.1	0,656	0,1937	Valid
X2.2	0,579	0,1937	Valid
X2.3	0,719	0,1937	Valid
X2.4	0,611	0,1937	Valid
X2.5	0,677	0,1937	Valid

**Tabel 3: Hasil Uji Validitas Indikator Kepuasan Konsumen**

Item	Nilai r <sub>hitung</sub>	Nilai r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Y.1	0,571	0,1937	Valid
Y.2	0,660	0,1937	Valid
Y.3	0,649	0,1937	Valid
Y.4	0,626	0,1937	Valid
Y.5	0,406	0,1937	Valid

Tabel analisis uji validitas variabel *word of mouth* ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan kepuasan konsumen (Y) diatas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel dikatakan valid, karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

## 4.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4: Hasil Uji Reliabilitas

Item	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
X1.1	0,789	0,6	Reliabel
X1.2	0,769	0,6	Reliabel
X1.3	0,784	0,6	Reliabel
X1.4	0,774	0,6	Reliabel
X2.1	0,779	0,6	Reliabel
X2.2	0,789	0,6	Reliabel
X2.3	0,776	0,6	Reliabel
X2.4	0,774	0,6	Reliabel
X2.5	0,770	0,6	Reliabel
Y.1	0,784	0,6	Reliabel
Y.2	0,781	0,6	Reliabel
Y.3	0,779	0,6	Reliabel
Y.4	0,793	0,6	Reliabel
Y.5	0,793	0,6	Reliabel

## 4.3 Analisa Regresi Linier Berganda

Tabel 5: Analisa Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.853	1.844		4.800	.000
1. word_of_mouth	.248	.097	.246	2.559	.012
Kualitas_Pelayanan	.388	.092	.405	4.208	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang dihasilkan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 8,853 + 0,248 X_1 + 0,388 X_2$$

Persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Konstanta (a) sebesar 8,853

Nilai ini menjelaskan bahwa ketika variabel bebas yaitu: *word of mouth* ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0 (nol), maka prediksi awal kepuasan konsumen oleh responden diperkirakan sebesar 8,853.

- $b_1 = 0,248$

bahwa setiap peningkatan variabel *word of mouth* sebesar 1 maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,248 dengan asumsi variabel bebas lain nilainya tetap. Maka diketahui bahwa pengaruh yang dimiliki variabel *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen bersifat positif, atau searah.

- $b_2 = 0,388$

27

bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,388 dengan asumsi variabel bebas lain nilainya tetap. Maka diketahui bahwa pengaruh yang dimiliki variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bersifat positif, atau searah.

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### 4.4.1 Uji t

Tabel 6: Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	8.853	1.844		
1 Word Of Mouth	.248	.097	.246	2.559	.012
Kualitas Pelayanan	.388	.092	.405	4.208	.000

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

Berdasarkan tabel hasil uji t diatas dapat diketahui sebagai berikut :

Dengan  $df = 98$ , maka diperoleh  $t$  tabel adalah 1,660.

a. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen

Diperoleh  $t$  hitung 2,559 >  $t$  tabel yaitu 1,660 dan nilai  $t$  signifikansi 0,012 < 0,05. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) di UKM jahit rumahan Suci Gresik.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Diperoleh  $t$  hitung 4,208 >  $t$  tabel yaitu 1,660 dan nilai  $t$  signifikansi 0,000 < 0,05. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) di UKM jahit rumahan Suci Gresik.

##### 4.4.2 Uji F

Tabel 7: Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	229.736	2	114.868	23.602	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	476.957	98	4.867		
Total	706.693	100			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas\_Pelayanan, Word\_Of\_Mouth

Dengan  $df = 99$ , maka diperoleh  $F$  tabel adalah 3,09. diperoleh nilai  $F$  hitung sebesar 23,602 >  $F$  tabel 3,09 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, Dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di UKM jahit rumahan Suci Gresik.

#### 4.5 Pembahasan

Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas, maka akan dibahas hasil penelitian sebagai berikut :



#### 4.5.1 Pengaruh *word of mouth* secara parsial terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan perhitungan diperoleh  $t_{hitung}$  2,559 >  $t_{tabel}$  yaitu 1,660 dan nilai  $t$  signifikansi 0,012 < 0,05. Hasil tersebut membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di UKM jahit rumahan Suci Gresik. Ketika konsumen puas atau tidak puas dengan penggunaan UKM menjahit rumah, Suci Gresik cenderung berbagi pengalaman dan merekomendasikannya kepada orang lain. Konsumen secara tidak langsung berbicara dengan orang lain, yang merupakan iklan gratis untuk perusahaan. Di sini kita dapat mengatakan bahwa *word of mouth* adalah bagian penting dari promosi, sehingga *word of mouth* merupakan salah satu variabel penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sa'diyah (2020) mengenai "Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Pasca Pembelian Batik Kuntul Perak (Studi pada Pegawai Rumah Sakit Umum Daerah Taman Husada Bontang) Penelitian tersebut menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pasca pembelian batik kuntul perak."

#### 4.5.2 Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan perhitungan diperoleh  $t_{hitung}$  4,208 >  $t_{tabel}$  yaitu 1,660 dan nilai  $t$  signifikansi 0,000 < 0,05. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di UKM jahit rumahan Suci Gresik. Hasil analisis pernyataan sebagian responden setuju bahwa UKM jahit rumahan Suci Gresik menanggapi keluhan dari konsumen dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa indikator daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati, dan kehandalan mempengaruhi kepuasan konsumen pada UKM jahit rumahan Suci Gresik. Semakin baik pelayanan yang diberikan semakin meningkat kepuasan konsumennya maka, jika UKM jahit rumahan Suci Gresik dapat memberikan pelayanan sesuai harapan konsumen atau melebihi harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan Aprillia et al (2021) mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kota Bandung Penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kota Bandung."

#### 4.5.3 Pengaruh *word of mouth* dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 23,602 >  $F_{tabel}$  3,09 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti secara bersama-sama (simultan) *word of mouth* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di UKM jahit rumahan Suci Gresik. karena, semakin banyak relasi yang memberikan rekomendasi untuk menggunakan UKM jahit rumahan Suci Gresik, dan konsumen mempercayai akan kinerja UKM jahit rumahan Suci Gresik berdasarkan informasi yang diperoleh. Maka, konsumen akan memutuskan untuk menggunakannya.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Budiarto (2018) mengenai "Pengaruh Kualitas Layanan, Store Atmosphere Dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dejavu Cafe & Eatery Surabaya Penelitian tersebut menyatakan bahwa *word*

of mouth dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Dejavu Cafe & Eatery Surabaya.”

### 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di UKM jahit rumahan Suci Gresik, yang telah disajikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *Word Of Mouth* ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada UKM jahit rumahan Suci Gresik.
2. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada UKM jahit rumahan Suci Gresik.
3. Variabel *Word Of Mouth* ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada UKM jahit rumahan Suci Gresik.
4. Hasil Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,311 atau 31,1%, sedangkan sisanya 68,9% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain yang tidak terdapat dalam model regresi penelitian ini.

### Reference

- Aprillia, Amel, and Dian Candra Fatihah. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bandung.” *journalstkipgrisitubondo.ac.id*.
- Arief. 2020. *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Asriyati, A. 2021. “Pengaruh Word Of Mouth Marketing (Wom) Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Pemediasi.” In *Skripsi*, Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Budiarto, D. 2018. “Pengaruh Kualitas Layanan, Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dejavu Cafe & Eatery Surabaya.” *Doctoral dissertation, STIESIA Surabaya) Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7(4. e-ISSN): 2461–0593.
- Fadhli, K, and N D Pratiwi. 2021. “Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 2(2).
- Firdaus Putrayudha, ANDHIKA. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Kedai Kopi.”
- Gerson, Richard F. 2020. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, Phillip, and Gery et all Armstrong. 2020. *Principles Of Marketing*. Eropa: Pearson Education ltd.
- Kurniasih, D. 2021. *Kepuasan Konsumen Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek*. Banten: Bintang Sembilan Visitama.
- Latief, R. 2018. *Word Of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.
- Misna Rahayu, Y, R Budiyo, and M Rachmawati. 2020. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Pt

- Telkom Semarang." *Jurnal Capital : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 2(2).
- Riva Lailatul Maghfiroh, 17402153016. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Pada Toko Al-Barokah Panjerejo Rejotangan Tulungagung."
- Sa'diyyah, H. 2020. "Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Pasca Pembelian Batik Kuntul Perak (Studi Pada Pegawai Rumah Sakit Umum Daerah Taman Husada Bontang)".
- Salsabila, I R. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pbmt Travel Yogyakarta." In *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Salsabila, Inda Riski. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pbmt Travel Yogyakarta."
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

# WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PELAYANAN BERDAMPAK PADA KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KECIL MENENGAH GRESIK

## ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://journal.upy.ac.id">journal.upy.ac.id</a> Internet Source	7%
2	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	3%
3	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	2%
4	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur III Student Paper	2%
5	<a href="http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id">jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id</a> Internet Source	2%
6	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
7	<a href="http://idr.uin-antasari.ac.id">idr.uin-antasari.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://repo.uinsatu.ac.id">repo.uinsatu.ac.id</a> Internet Source	1%

---

9	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1 %
10	<a href="http://jurnal.uisu.ac.id">jurnal.uisu.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://repository.upy.ac.id">repository.upy.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	Submitted to Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Student Paper	1 %
13	<a href="http://repo.iain-tulungagung.ac.id">repo.iain-tulungagung.ac.id</a> Internet Source	1 %
14	<a href="http://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	1 %
15	Submitted to Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Student Paper	1 %
16	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	1 %
17	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	1 %
18	<a href="http://repository.ummat.ac.id">repository.ummat.ac.id</a> Internet Source	1 %
19	<a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet Source	1 %

---



20	eprints.unm.ac.id Internet Source	1 %
21	eprints.upnyk.ac.id Internet Source	1 %
22	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	1 %
23	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	1 %
24	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1 %
25	Submitted to Universitas Wiraraja Student Paper	1 %
26	journals.upi-yai.ac.id Internet Source	1 %
27	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	1 %
28	Windy Chindiawaty Sabaru, Rudy S Wenas, Yunita Mandagie. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SMARTPHONE VIVO (Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado)", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022 Publication	1 %

29	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	1 %
30	Feti Fatimah, Resa Yova Ferdiansa, Yohanes Gunawan. "Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman JNE Cabang Tegal Besar", Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Eksakta, 2022 Publication	1 %
31	<a href="http://repository.upstegal.ac.id">repository.upstegal.ac.id</a> Internet Source	1 %
32	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Internet Source	1 %
33	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
34	<a href="http://openjournal.unpam.ac.id">openjournal.unpam.ac.id</a> Internet Source	<1 %
35	<a href="http://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet Source	<1 %
36	<a href="http://repository.widyatama.ac.id">repository.widyatama.ac.id</a> Internet Source	<1 %
37	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	<1 %
38	<a href="http://marshapreneur.blogspot.com">marshapreneur.blogspot.com</a> Internet Source	

<1 %

39

Submitted to Konsorsium Turnitin Relawan  
Jurnal Indonesia

Student Paper

<1 %

40

[eprints.umg.ac.id](http://eprints.umg.ac.id)

Internet Source

<1 %

41

[repository.unimar-amni.ac.id](http://repository.unimar-amni.ac.id)

Internet Source

<1 %

42

[repository.untag-sby.ac.id](http://repository.untag-sby.ac.id)

Internet Source

<1 %

43

[riset.unisma.ac.id](http://riset.unisma.ac.id)

Internet Source

<1 %

44

Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim  
Malang

Student Paper

<1 %

45

Submitted to Universitas Islam Malang

Student Paper

<1 %

46

[e-journal.polnes.ac.id](http://e-journal.polnes.ac.id)

Internet Source

<1 %

47

[id.123dok.com](http://id.123dok.com)

Internet Source

<1 %

48

[conference.binadarma.ac.id](http://conference.binadarma.ac.id)

Internet Source

<1 %

49	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1 %
50	<a href="http://jurnal.ar-raniry.ac.id">jurnal.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	<1 %
51	<a href="http://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
52	Septy Chaerunnisa, Muhammad Syaifulloh, Dwi Harini. "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Karyawan PT Bintang Indokarya Gemilang sebagai Pengguna Shopee", Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial, 2022 Publication	<1 %
53	Submitted to Universitas Riau Student Paper	<1 %
54	<a href="http://ejournal.unsrat.ac.id">ejournal.unsrat.ac.id</a> Internet Source	<1 %
55	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<1 %
56	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<1 %
57	<a href="http://repository.uinjambi.ac.id">repository.uinjambi.ac.id</a> Internet Source	<1 %
58	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a>	

<1 %

59

Erni Setyowati. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI", 'Universitas Muhammadiyah Surakarta', 2017

Internet Source

<1 %

60

Submitted to Universitas Negeri Medan

Student Paper

<1 %

61

[jurnal.stie-aas.ac.id](http://jurnal.stie-aas.ac.id)

Internet Source

<1 %

62

[repository.iain-manado.ac.id](http://repository.iain-manado.ac.id)

Internet Source

<1 %

63

[repository.pelitabangsa.ac.id](http://repository.pelitabangsa.ac.id)

Internet Source

<1 %

64

Bahtiar Effendi. "Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia", Owner, 2021

Publication

<1 %

65

Muhammad Naufal Hilmi, Novita Novita. "THE EFFECT OF AUDITOR'S COMPETENCY, PROFESSIONALISM AND EXPERIENCE ON MATERIALITY LEVEL CONSIDERATIONS",

<1 %



# ACCRUALS (Accounting Research Journal of Sutaatmadja), 2021

Publication

---

66 [docobook.com](http://docobook.com) <1 %  
Internet Source

---

67 [eprints.polsri.ac.id](http://eprints.polsri.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

68 [eprints.uny.ac.id](http://eprints.uny.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

69 [repository.radenfatah.ac.id](http://repository.radenfatah.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

70 [repository.stiewidyagamalumajang.ac.id](http://repository.stiewidyagamalumajang.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

71 [repository.uinsaizu.ac.id](http://repository.uinsaizu.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

72 Yetty Komala Sari. "Pengaruh Motivasi terhadap Semangat Kerja Pegawai pada Kantor Balai Diklat Keuangan Palembang", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2020  
Publication

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

# WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PELAYANAN BERDAMPAK PADA KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KECIL MENENGAH GRESIK

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---

PAGE 9

---

PAGE 10

---