

Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan Berdampak pada Kepuasan Konsumen pada Usaha Kecil Menengah Gresik

Arif Syafi'ur Rochman¹ Mono Pratiko Gustomi² Rusdiyanto³ Mochamad Syafii⁴ Bustanul Ulum⁵

Universitas Gresik, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email: arifsyafiur@gmail.com¹ monogoes@gmail.com²

rusdiyanto.se.m.ak2017@feb.unair.ac.id³ syafiimochamad87@gmail.com⁴

bustanululum46@gmail.com⁵

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



This work is licensed under a [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Manusia sebagai individu memiliki kebutuhan yang terdiri dari kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder dalam kehidupannya. Kebutuhan dasar tersebut meliputi sandang dan pangan pokok. Beberapa penelitian tentang ekonomi (Arnas & Kurniawati, 2022; Arnas, Lamtiar, Kurniawati, Kurnianto, & Kalbuana, 2021; Christelia, Kurnianto, Purwanti, Kalbuana, & Tho'in, 2021; Dewi, Yani, Yohana, Kalbuana, & Tho'in, 2021; Hendriarto, Mursidi, Kalbuana, Aini, & Aslan, 2021; Nawang Kalbuana, Suryati, & Pertiwi, 2022; Kusiyah, Kalbuana, & Rusdiyanto, 2022; Mayzaroh, Kalbuana, & Purwanti, 2019; Nurwati, Prastio, & Kalbuana, 2021; B. Prasetyo, Utami, Abdusshomad, Wijaya, & Kalbuana, 2021; Pratama, Kalbuana, & Utami, 2020; Santoso, Sutadipraja, Purwanti, & Kalbuana, 2019; Setiorini, Fidayanti, Kalbuana, & Cakranegara, 2022; Tjahjani, Mulyadi, & Pujiastuti, 2022; Wangsih, Yanti, Yohana, Kalbuana, & Cahyadi, 2021; Widagdo, Kalbuana, & Yanti, 2020; Yanti, Solihin, Saptono, Kalbuana, & Yohana, 2020; Yohana, Bp, Cahyadi, & Kalbuana, 2021; Yohana, Gaol, Dewi, Kalbuana, & Abdusshomad, 2021; Yulistian, Kalbuana, & R., 2020), busana memiliki arti pakaian yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat sehari-hari. Dimulai dengan pencahangan 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 yang 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 atau 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 lainnya.”

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 dan 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 (Abadi et al., 2021; Aliyyah, Prasetyo, et al., 2021; Aliyyah, Siswomihardjo, et al., 2021; B Endarto et al., 2021; Budi Endarto et al., 2021; Hastomo, Karno, Kalbuana, Meiriki, & Sutarno, 2021; Indrawati, Utari, Prasetyo, Rusdiyanto, & Kalbuana, 2021; Jannah et al., 2020; N Kalbuana, Prasetyo, et al., 2021; N Kalbuana, Suryati, et al., 2021; Luwihono et al., 2021; Prasetyo et al., 2021; I. Prasetyo, Aliyyah, Rusdiyanto, Kalbuana, & Rochman, 2021; I. Prasetyo et al., 2021, 2021, 2021; I. Prasetyo, Aliyyah, Rusdiyanto, Nartasari, et al., 2021a, 2021b; Susanto et al., 2021). 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.”

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 terdapat beberapa hal yang dapat di gunakan sebagai indikator, dalam menentukan apakah berhasil atau tidak.” Indikatornya adalah: 1. Membicarakan, 2. Mempromosikan, 3. Merekomendasikan, 4. Menjual

Kualitas Pelayanan

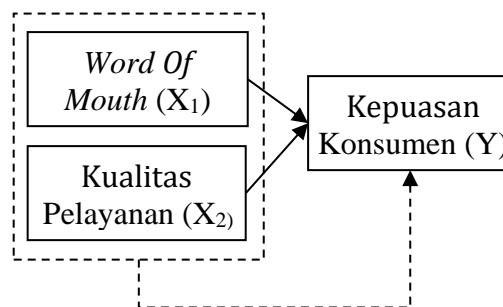
Menurut (Indrasari, 2019) “Kualitas merupakan salah satu indikator terpenting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam persaingan yang ketat di industri. Kualitas

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*)

Kepuasan Konsumen

Menurut (Kotler & Armstrong, 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 Fadhlil (2021) Ada beberapa indikator kepuasan konsumen, Yaitu: Kualitas produk yang dihasilkan, Kualitas pelayanan yang diberikan, Harga Produk, Kemudahan Mengakses Produk, Cara Mengiklankan Produk

Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1: Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis

1. H₁ : Diduga *word of mouth* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UKM jahit rumahan Suci Gresik.
2. H₂ : Diduga kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UKM jahit rumahan Suci Gresik.
3. H₃ : Diduga *word of mouth* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UKM jahit rumahan Suci Gresik.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Jenis Penelitian

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.

Populasi

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.

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.

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.

Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) dalam Budiarto (2018) menyatakan bahwa “suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas/ keandalan adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur peralatan 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.”

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

Uji Hipotesis

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 .”

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil SPSS untuk uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1: Hasil Uji Validitas Indikator Word Of Mouth

Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	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 hitung	Nilai r tabel	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 hitung	Nilai r tabel	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 nilai r_{tabel} .

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

X _{2.3}	0,776	0,6	Reliabel
X _{2.4}	0,774	0,6	Reliabel
X _{2.5}	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

Analisa Regresi Linier Berganda

Tabel 5: Analisa Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.853	1.844		4.800	.000
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 :

$$Y = 8,853 + 0,248 X_1 + 0,388 X_2$$

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.
- $b_2 = 0,388$. 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.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 6: Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.853	1.844		4.800	.000
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.

Uji F

Tabel 7: Uji F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	229.736	2	114.868	23.602	.000 ^b
	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.

Pembahasan

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

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."

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."

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."

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di UKM jahit rumahan Suci Gresik, yang telah disajikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Variabel *Word Of Mouth* (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada UKM jahit rumahan Suci Gresik. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada UKM jahit rumahan Suci Gresik. Variabel *Word Of Mouth* (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Y) pada UKM jahit rumahan Suci Gresik. 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, S., Endarto, B., Taufiqurrahman, Aji, R. B., Kurniawan, W., Daim, N. A., ... Kalbuana, N. (2021). Indonesian Desirious Finality Of The Community In Regard. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(Special Issue 1), 1–10. <https://www.abacademies.org/articles/indonesian-desirious-finality-of-the-community-in-regard.pdf>
- Aliyyah, N., Prasetyo, I., Rusdiyanto, R., Endarti, E. W., Mardiana, F., Winarko, R., ... Tjaraka, H. (2021). What Affects Employee Performance Through Work Motivation? *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(Special Issue 1), 1–14. <https://www.abacademies.org/abstract/what-affects-employee-performance-through-work-motivation-11529.html>
- Aliyyah, N., Siswomihardjo, S. W., Prasetyo, I., Rusdiyanto, I., Rochman, A. S., & Kalbuana, N. (2021). The effect of types of family support on startup activities in indonesia with family

- cohesiveness as moderation. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(S1), 1–15. <https://www.abacademies.org/articles/the-effect-of-types-of-family-support-on-startup-activities-in-indonesia-with-family-cohesiveness-as-moderation.pdf>
- Aprillia, A., & Candra Fatimah, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung. *journalstkipgrisitubondo.ac.id*. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.222>
- Arief. (2020). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Arnas, Y., & Kurniawati, Z. (2022). Sistem Distribusi Listrik pada Politeknik Penerbangan Indonesia Curug. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 2415–2426. <https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/3705>
- Arnas, Y., Lamtiar, S., Kurniawati, Z., Kurnianto, B., & Kalbuana, N. (2021). Factors Affecting Earning Management On Transportation Corporations In Indonesia. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(1), 150–159. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/2170/1012>
- 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.
- Christelia, S., Kurnianto, B., Purwanti, T., Kalbuana, N., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Nilai Perusahaan Terhadap Tax Avoidance Kasus Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(2), 190–202. <http://jurnal.stietotalwin.ac.id/index.php/jimat/article/view/340/258>
- Dewi, G. K., Yani, I. F., Yohana, Kalbuana, N., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh GCG, Leverage, Pengungkapan CSR terhadap Performance Financial pada Perbankan Syariah di Indonesia dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3600>
- Endarto, B., Taufiqurrahman, Suhartono, S., Setyadji, S., Abadi, S., Aji, R. B., ... Kalbuana, N. (2021). The Obligations Of Legal Consultants In The Independent Legal Diligence Of The Capital Market Supporting Proportion Of Legal Prepparement. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(Special Issue 1), 1–8. <https://www.abacademies.org/abstract/the-obligations-of-legal-consultants-in-the-independent-legal-diligence-of-the-capital-market-supporting-proportion-of-l-11870.html>
- Endarto, Budi, Taufiqurrahman, Kurniawan, W., Indriastuty, D. E., Prasetyo, I., Aliyyah, N., ... Kalbuana, N. (2021). Global Perspective On Capital Market Law Development In Indonesia. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(1), 1–8. <https://www.abacademies.org/abstract/global-perspective-on-capital-market-law-development-in-indonesia-12027.html>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang". *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2).
- Firdaus Putrayudha, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Kedai Kopi*.
- Gerson, R. F. (2020). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastomo, W., Karno, A. S. B., Kalbuana, N., Meiriki, A., & Sutarno. (2021). Characteristic

- Parameters of Epoch Deep Learning to Predict Covid-19 Data in Indonesia. *Journal of Physics: Conference Series*, 1933(1), 12050. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1933/1/012050>
- Hendriarto, P., Mursidi, A., Kalbuana, N., Aini, N., & Aslan, A. (2021). Understanding the Implications of Research Skills Development Framework for Indonesian Academic Outcomes Improvement. *Jurnal Iqra': Kajian Ilmu Pendidikan*, 6(2), 51–60. <https://doi.org/10.25217/JI.V6I2.1405>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrawati, M., Utari, W., Prasetyo, I., Rusdiyanto, & Kalbuana, N. (2021). Household business strategy during the covid 19 pandemic. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(Special Issue 1), 1–12. <https://www.abacademies.org/articles/household-business-strategy-during-the-covid-19-pandemic.pdf>
- Jannah, M., Fahlevi, M., Paulina, J., Nugroho, B. S., Purwanto, A., Subarkah, M. A., ... Cahyono, Y. (2020). Effect of ISO 9001, ISO 45001 and ISO 14000 toward financial performance of Indonesian manufacturing. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(10), 894–902. <https://doi.org/10.31838/srp.2020.10.134>
- Kalbuana, N., Prasetyo, B., Asih, P., Arnas, Y., Simbolon, S. L., Abdusshomad, A., ... Mahdi, F. M. (2021). Earnings Management Is Affected By Firm Size, Leverage And Roa: Evidence From Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(SpecialIssue2), 1–12. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85107756548&partnerID=40&md5=f648ed22972be531e4986f7c43a47ad4>
- Kalbuana, N., Suryati, A., Rusdiyanto, Azwar, Rudy, Yohana, ... Hidayat, W. (2021). Interpretation of Sharia Accounting Practices in Indonesia. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(Special Issue 1), 1–12. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85109955046&origin=resultslist>
- Kalbuana, Nawang, Suryati, A., & Pertiwi, C. P. A. (2022). Effect of Company Age, Audit Quality, Leverage and Profitability on Earnings Management. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1), 389–399. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/4796/2057>
- Kotler, P., & Armstrong, G. et all. (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.
- Kusiyah, Kalbuana, N., & Rusdiyanto. (2022). Pengaruh narsisme ceo dan arus kas bebas terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 5(1), 36–45.
- Latief, R. (2018). *Word Of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.
- Luwihono, A., Suherman, B., Sembiring, D., Rasyid, S., Kalbuana, N., Saputro, R., ... Rusdiyanto. (2021). Macroeconomic effect on stock price: Evidence from Indonesia. *Accounting*, 7(5), 1189–1202. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2021.2.019>
- Mayzaroh, A. S., Kalbuana, N., & Purwanti, T. (2019). Pengaruh Motivasi Bonus, Motivasi Kontrak Hutang, Motivasi Politik dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan BUMN Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Edunomika*, 3(02). <https://doi.org/10.29040/JIE.V3I02.608>
- Misna Rahayu, Y., Budiyo, R., & Rachmawati, M. (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).
- Nurwati, Prastio, & Kalbuana, N. (2021). Influence of Firms Size, Exchange Rate, Profitability and Tax Burden On Transfer Pricing. *International Journal of Economics, Business and*

- Accounting Research (IJEBAR)*, 5(3). <https://doi.org/10.29040/IJEBAR.V5I3.2882>
- Prasetyo, J. E., Sabihaini, Bintarto, B., Susanto, A. A., Rahmanda, G. A., Rusdiyanto, ... Kalbuana, N. (2021). Corporate Social Responsibility Community Development And Empowerment Program In Indonesia. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(S1), 1–10. <https://www.abacademies.org/articles/corporate-social-responsibility-community-development-and-empowerment-program-in-indonesia.pdf>
- Prasetyo, B., Utami, S., Abdusshomad, A., Wijaya, M., & Kalbuana, N. (2021). Effect Of Company Value, Leverage, And Company Size On Profit Persistence In Jakarta Islamic Index (JII) Listed Companies. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(1), 128–136. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/2164/1010>
- Prasetyo, I., Aliyyah, N., Rusdiyanto, Kalbuana, N., & Rochman, A. S. (2021). Corporate Social Responsibility Practices in Islamic Studies in Indonesian. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(Special Issue 1), 1–15. <https://doi.org/10.5296/jmr.v7i1.6910>
- Prasetyo, I., Aliyyah, N., Rusdiyanto, Nartasari, D. R., Nugroho, S., Rahmawati, Y., ... Rochman, A. S. (2021a). Impact Financial Performance To Stock Prices: Evidence From Indonesia. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(Special Issue 1), 1–11. <https://www.abacademies.org/articles/impact-financial-performance-to-stock-prices-evidence-from-indonesia.pdf>
- Prasetyo, I., Aliyyah, N., Rusdiyanto, R., Nartasari, D. R., Nugroho, S., Rahmawati, Y., ... Rochman, A. S. (2021b). What Affects Audit Delay in Indonesia? *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27, 1–15. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85106558790&partnerID=40&md5=7c8a35d6ac0c782c2a679d9d916103c7>
- Prasetyo, I., Aliyyah, N., Rusdiyanto, Suprapti, S., Kartika, C., Winarko, R., ... Al-asqolaini, M. Z. (2021). Performance Is Affected By Leadership And Work Culture: A Case Study From Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(SpecialIssue2), 1–15. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85107749489&partnerID=40&md5=5578365b48c8267934f48d9d9b4ff27e>
- Prasetyo, I., Aliyyah, N., Rusdiyanto, Tjaraka, H., Kalbuana, N., & Rochman, A. S. (2021). Vocational Training Has An Influence On Employee Career Development: A Case Study Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(2), 1–14. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85104263411&partnerID=40&md5=45d5afb967dbe1c4405200772d9b2128>
- Prasetyo, I., Aliyyah, N., Rusdiyanto, Utari, W., Suprapti, S., Kartika, C., ... Kalbuana, N. (2021). Effects of organizational communication climate and employee retention toward employee performance. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(Special Issue 1), 1–11. <https://www.abacademies.org/articles/effects-of-organizational-communication-climate-and-employee-retention-toward-employee-performance.pdf>
- Pratama, A., Kalbuana, N., & Utami, S. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Persistensi Laba dan Pertumbuhan Laba Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 350–358. <https://doi.org/10.29040/JIEI.V6I2.1107>
- 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, I. R. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PBMT TRAVEL YOGYAKARTA*.
- Santoso, D., Sutadipraja, M. W., Purwanti, T., & Kalbuana, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di JII Tahun 2013-2017). *AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(2), 233–248. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/aktsar/article/view/6037>
- Setiorini, K. R., Fidayanti, F., Kalbuana, N., & Cakranegara, P. A. (2022). Pengaruh Leverage sebagai Pemoderasi Hubungan GCG , CSR dan Agresivitas Pajak terhadap Financial Distress pada Perusahaan Perbankan Syariah di Indonesia. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 194–202. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1750>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Susanto, H., Prasetyo, I., Indrawati, T., Aliyyah, N., Rusdiyanto, Tjaraka, H., ... Zainurrafiqi. (2021). The impacts of earnings volatility, net income and comprehensive income on share price: evidence from Indonesia stock exchange. *Accounting*, 7(5), 1009–1016. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2021.3.008>
- Tjahjani, F., Mulyadi, Y., & Pujiastuti, W. (2022). Diamond Fraud Elements: Implication Of Fraud Indications On Preparation Of Financial Report. *Jurnalku*, 2(2), 225–239.
- Wangsih, I. C., Yanti, D. R., Yohana, Kalbuana, N., & Cahyadi, C. I. (2021). Influence Of Leverage , Firm Size , And Sales Growth On Financial Distress. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJE BAR)*, 5(4), 180–194.
- Widagdo, R. A., Kalbuana, N., & Yanti, D. R. (2020). Pengaruh Capital Intensity, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 3(2), 46–59. <https://doi.org/10.34128/jra.v3i2.56>
- Yanti, D. R., Solihin, Saptono, Kalbuana, N., & Yohana. (2020). The Influence Of Capital Intensity, Firm Size, And Leverage On Tax Avoidance On Companies Registered In Jakarta Islamic Index (Jii) Period 2015-2019. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJE BAR)*, 4(03). <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJE BAR/article/view/1330/727>
- Yohana, Bp, A. I., Cahyadi, C. I., & Kalbuana, N. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, Kasus Perusahaan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2020). *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 4(2), 58–66. <https://jra.politala.ac.id/index.php/JRA/article/view/79>
- Yohana, Gaol, R. M. L., Dewi, G. K., Kalbuana, N., & Abdusshomad, A. (2021). Pengaruh Free Cash Flow, Profitabilitas, Kualitas Audit, Leverage, Kebijakan Dividen terhadap Likuiditas Pada Perusahaan Terdaftar di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3601/1660>
- Yulistian, N., Kalbuana, N., & R., A. N. B. (2020). Pengaruh Intellectual Capital, Tata Kelola Perusahaan Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *JABI (Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia)*, 3(1), 56–71. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JABI/article/view/3830>