

PENGARUH E-WOM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SALON DAVINA DI DESA SUMBERKIMA

L. S. L. Naomi¹, N. L. W. S. Telagawathi²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja
e-mail: listrianaomi@gmail.com¹, gemilangsuryawan@gmail.com²

Abstrak

Tujuan peneliti menyelenggarakan penelitiannya ialah guna melakukan pengujian yang bersifat secara simultan maupun bersifat secara parsial terkait kontribusi pengaruh dari aspek E-WOM dan aspek kualitas pelayanan terhadap aspek kepuasan pelanggan yang terjadi pada Salon Davina di Desa Sumberkima. Peneliti mengimplementasikan rancangan secara kuantitatif kausal dengan didukung oleh sampel dengan banyaknya 100 responden dan mengimplementasikan teknik non-probability sampling ialah purposive sampling. Dalam mengumpulkan data peneliti mengimplementasikan metode kuesioner yang selanjutnya akan ditelaah dengan metode regresi linier berganda. Sehingga terdapat perolehan hasil dari penelitian ini, ialah (1) E-WOM memunculkan pengaruh secara positif dan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) kualitas pelayanan memunculkan pengaruh secara positif dan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) E-WOM dan kualitas pelayanan memunculkan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 68,8%. Sementara sebesar 31,2% merupakan hasil sisanya yang kontribusi pengaruhnya berasal dari aspek variabel lain.

Kata kunci: *Electronic word of mouth*, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

Abstract

The aim of the researcher in conducting the research is to conduct simultaneous or partial testing related to the contribution of the influence of the E-WOM aspect and the service quality aspect to the customer satisfaction aspect that occurred at Salon Davina in Sumberkima Village. The researcher implemented a causal quantitative design supported by a sample of 100 respondents and implemented a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. In collecting data, the researcher implemented a questionnaire method which would then be analyzed using the multiple linear regression method. So that there are results obtained from this research, namely (1) E-WOM has a positive and significant effect on customer satisfaction. (2) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. (3) E-WOM and service quality have a significant effect on customer satisfaction with a contribution of 68.8%. Meanwhile, 31.2% is the remaining result whose contribution comes from other variable aspects.

Keywords: *Electronic word of mouth*, service quality, and customer satisfaction.

1. Pendahuluan

Perkembangan perekonomian diberbagai bidang usaha saat ini semakin meningkat, hal ini mengharuskan para pelaku bisnis khususnya dibidang jasa agar lebih kompetitif mengingat permintaan konsumen terhadap layanan jasa saat ini cukup tinggi (Nofiyah, 2019). Industri jasa melibatkan segala bentuk pekerjaan yang memberikan pelayanan sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh penggunanya. Saat ini banyak industri jasa yang terlibat dalam persaingan usaha ini sehingga menjadikan para pelaku bisnis jasa lebih inovatif dalam merancang strategi pemasaran guna memenangkan persaingan. Selain itu tingginya permintaan konsumen yang berubah-ubah seiring bergantinya mode mendorong pengusaha untuk terus menciptakan perubahan yang mampu menarik perhatian konsumen. Kepuasan konsumen dianggap sebagai hal yang bersifat esensial dan wajib untuk mendapatkan perhatian yang lebih dari para pengusaha agar perusahaannya tetap berjalan dengan lancar dan mampu mencapai kinerja yang terbaik. Dengan adanya kepuasan konsumen melalui pengalamannya dalam menggunakan jasa, maka akan terbentuk loyalitas dan kepuasan pelanggan (Prabowo, 2008). Ada berbagai bentuk usaha jasa yang ditawarkan seperti jasa fotografi, jasa *event organizer*, hotel, rumah sakit, servis barang, termasuk salah satunya adalah jasa perawatan yang ada di salon.

Bersamaan dengan perkembangan zaman, saat ini orang-orang mulai sadar dan mengerti tentang pentingnya melakukan perawatan diri. Mereka mulai menyadari bahwa penampilan yang baik dapat menambah keindahan tersendiri pada penampilan seseorang, selain itu keindahan bukan hanya menjadi tuntutan fisik manusia melainkan juga sebagai ruang dalam meningkatkan kualitas hidup, karena memberikan dampak positif bagi manusia yaitu menjadi lebih percaya diri dalam menjalani hidup. Umumnya perawatan diri murni hanya sebagai gaya hidup masyarakat, namun hal ini kini telah berubah menjadi bisnis yang menjanjikan. Industri di bidang kecantikan dan ini dinilai sebagai salah satu bagian sektor industri yang mampu mengalami pertumbuhan dengan begitu cepat di Indonesia. Salon dianggap oleh masyarakat menjadi bagian dari industri yang memiliki sifat kreatif yang selama ini mampu memberikan kontribusi dukungan perkembangan industri kosmetika, perkembangan industri fashion dan perkembangan industri pertunjukan seni.

Salah satu bidang usaha jasa salon kecantikan yang menjadi pilihan dari peneliti ialah Salon Davina yang letaknya tepat di Desa Sumberkima, wilayah Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali. Salon Davina dipilih sebagai objek penelitian ini karena permasalahan yang akan diteliti terdapat pada lokasi ini, dan lebih dominan dibandingkan dengan lokasi lain disekitarnya. Terdapat banyak usaha sejenis yang ada di Desa Sumberkima seperti Prisma Wedding, Salon Lely, dan Lalita Salon, namun Salon Davina lebih dikenal masyarakat karena jasa yang ditawarkan lebih variatif diantara salon-salon tersebut. Tingginya tingkat persaingan antar bidang usaha kecantikan ini memberikan banyak alternatif bagi konsumen dalam melakukan perbandingan dari aspek kualitas produk, melakukan perbandingan dari aspek kualitas pelayanan yang diberikan maupun melakukan perbandingan dari aspek harga yang ditawarkan oleh salon tersebut. Tiap-tiap masyarakat yang menjadi pelanggan akan terus dan tidak berhenti untuk melakukan pencarian atau menemukan nilai yang dirasa paling tinggi dari jasa yang ditawarkan oleh salon tersebut.

Berdiri sejak tahun 2009, Salon Davina sampai saat ini selalu ramai dikunjungi pelanggan, khususnya pelanggan dari kalangan wanita. Jasa yang ditawarkan Salon Davina cukup bervariasi dibandingkan dengan pesaing seperti pelurusan rambut, berbagai *facial treatment*, *hair colour* untuk pria maupun wanita, perawatan tubuh (*luluran*, *milk bath*), *spa*, *manicure* dan *pedicure*, *creambath*, *nails gel*, *eyelash extension*, *lastlift* bulu mata, hingga tata rias adat bali ditawarkan disini. Perkembangannya yang baik dan memiliki banyak peminat menjadikan Salon ini dikenal oleh banyak orang. Hal tersebut tentu tak lepas dari peran promosi yang dilakukan. Dimediasi dengan perkembangan digital, promosi yang dilakukan tentu dapat mencapai masyarakat luas, mengingat saat ini pengguna teknologi digital yang juga semakin luas. Putu Winda Pramitha selaku pemilik dari Salon Davina juga turun langsung dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Selain itu Salon Davina juga aktif membagikan aktifitas atau keadaan Salon melalui media sosial milik Salon Davina seperti Instagram dan facebook. Melihat begitu banyak pelanggan Salon Davina dari berbagai desa maka Sejak tahun 2019 kemarin, Salon Davina telah resmi membuka cabang Salon Davina 2 yang tepatnya terletak di Desa Gerokgak, Kec. Gerokgak, Kab. Buleleng.

Data yang diperoleh dari Salon Davina menunjukkan bahwa perkembangan penjualan Salon Davina dari bulan Maret hingga Bulan Juli tahun 2021 mengalami fluktuasi atau perubahan penjualan setiap bulannya. Pada bulan Maret hingga April mengalami penurunan hingga -7,3%, lalu pada bulan April hingga Mei penjualan Salon Davina mengalami peningkatan sebesar 30,4%, kemudian pada bulan Mei hingga Juni Salon Davina mengalami kenaikan kembali sebesar 12,6%, dan pada bulan Juni hingga Juli penjualan Salon Davina menunjukkan penurunan sebesar -24,7%. Kecenderungan fluktuasi atau perubahan penjualan yang dialami Salon Davina dapat disebabkan oleh tingkat kepuasan pelanggan saat mengunjungi Salon Davina. Oleh karena itu sangat penting untuk melakukan penelusuran terkait faktor-faktor apa saja yang mampu memberikan kontribusi pengaruh terhadap aspek kepuasan pelanggan yang terjadi pada Salon Davina.

Guna tetap mempertahankan kepuasan pelanggan, Salon Davina harus mempersiapkan strategi dalam memberikan kepuasan untuk pelanggan agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Berladaskan dari Kotler dan Keller (2017) yang memberikan pernyataan bahwa aspek kepuasan konsumen dianggap sebagai sebuah rasa senang atau

bisa saja dianggap timbulnya rasa kecewa dari seseorang yang keluar sesuai melakukan perbandingan yang terjadi di antara kualitas produk yang sebelumnya sudah dilakukan penafsiran terhadap suatu aspek kinerja (atau hasil) yang sebelumnya sudah ditentukan. Pada kondisi kinerja berada dalam posisi dibawah harapan, maka para konsumen tanpa akan memperlihatkan rasa puasnya. Namun pada kondisi kinerja yang didapatkan mampu memenuhi atau selaras dengan harapan, maka konsumen akan memperlihatkan rasa puasnya. Kemudian pada kondisi kinerja ternyata hasilnya melebihi dari harapan, maka para konsumen akan memperlihatkan rasa puasnya yang begitu tinggi ditambah pula dengan akan memperlihatkan rasa senangnya. Konsumen yang memperlihatkan rasa puasanya terhadap produk atau terhadap jasa dari suatu perusahaan, akan lebih besar memiliki peluang atau kesempatan untuk datang kembali menjadi pelanggan perusahaan tersebut. Sehingga dalam hal ini kepuasan pelanggan tidak dapat terlepas dari aspek kualitas pelayanan yang diberikan, aspek nilai kualitas pelayanan akan sangat wajib untuk diperhatikan oleh para konsumen dengan besarnya tingkat pendapatan yang terasa tinggi.

Selain faktor kualitas pelayanan, opini dari orang lain baik itu opini yang positif maupun negatif juga dapat mempengaruhi konsumen yang saat ini cenderung memperoleh informasi terlebih dahulu sebelum mengunjungi memilih suatu layanan jasa yang dibutuhkan (Yuanti, 2020). Kini informasi apapun sudah sangat mudah ditelusuri melalui media elektronik, tak sedikit konsumen pengguna sosial media dalam menceritakan pengalamannya. Perkembangan internet kini membuat penyebaran tidak lagi dilakukan dengan cara atau metode dari mulut ke mulut saja (*word of mouth*) atau penyebaran tidak lagi dilakukan dengan cara atau metode bertatap muka, namun penyebaran bisa lebih dari cara atau metode itu dengan adanya peralihan menuju cara secara *Electronic Word Of Mouth*. E-WOM dinilai menjadi sarana yang sangat memberikan dukungan kepada pelanggan dalam memberikan sebuah opininya dan hal ini dinilai sebagai cara atau metode yang bersifat lebih efektif apabila dilakukan perbandingan dengan cara atau metode *word of mouth*, sebab dinilai memiliki tingkat aksesibilitas dan sebab dinilai juga memiliki jangkauan yang lebih luas. Sehingga tanpa dengan langsung para konsumen akan turut serta melakukan promosi produk atau jasa tersebut melalui opini dari pengalamannya saat memperoleh kepuasan dalam menggunakan suatu jasa. Kondisi ini selaras dengan penelitian yang berhasil diselenggarakan oleh Santika dkk (2019) yang memberikan pembuktian bahwa E-WOM memunculkan kontribusi pengaruh yang bernilai positif dan memunculkan kontribusi pengaruh yang bernilai signifikan pada *e-satisfaction* (kepuasan pelanggan). Kemudian penelitian yang berhasil diselenggarakan oleh Itasari, dkk (2019) memberikan pembuktian E-WOM dan aspek kualitas pelayanan dengan beriringan memunculkan kontribusi pengaruh yang bernilai signifikan terhadap aspek kepuasan pelanggan. Namun bertolak belakang dengan penelitian yang berhasil diselenggarakan oleh Lavenia, dkk (2018) yang memberikan pembuktian bahwa ditemukannya adanya kontribusi pengaruh yang tanpa memunculkan kontribusi pengaruh yang bernilai signifikan yang terjadi di antara aspek variabel E-WOM terhadap aspek kepuasan pelanggan dalam melalui pengujian parsial yang dilakukan dalam penelitiannya tersebut. Begitu juga penelitian yang diselenggarakan oleh Azhar, dkk (2021) yang memberikan sebuah hasil bahwa tanpa memunculkan kontribusi pengaruh yang bernilai positif dari E-WOM terhadap aspek kepuasan pelanggan.

Dibandingkan Salon lain yang ada di daerah Desa Sumberkima, sering dijumpai ulasan pada sosial media, tentang pengalaman konsumen saat menggunakan jasa Salon Davina, hal ini tentu menunjukkan bahwa konsumen tersebut merasakan rasa puas dan merasakan rasa senang dengan pelayanan-pelayanan yang diberikan oleh Salon Davina. Terlihat bahwa aspek kualitas pelayanan juga merupakan variabel yang penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pelanggan, pelayanan yang diberikan dapat dikatakan berkualitas apabila sudah memenuhi sebagian besar harapan dari pelanggan. Pelanggan akan membandingkan tingkat pelayanan dari beberapa perusahaan sejenis untuk mengetahui tingkat kualitas yang diberikan. Kualitas pelayanan tentu sangat berpengaruh bagi kepuasan pelanggan dan perusahaan, karena pelanggan yang puas dapat bertahan lebih lama dalam menggunakan produk maupun jasa dari suatu perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian Gofur (2019), yang memberikan pernyataan bahwa aspek kualitas pelayanan

mampu memunculkan kontribusi pengaruh yang bernilai positif dan mampu memunculkan kontribusi pengaruh yang bernilai signifikan terhadap aspek kepuasan pelanggan. Penelitian yang kemudian berhasil dilakukan oleh Noor (2020) juga memberikan suatu pembuktian bahwa aspek kualitas pelayanan mampu memunculkan kontribusi pengaruh yang bernilai signifikan terhadap aspek kepuasan pelanggan. Bertolak belakang dengan penelitian yang berhasil diselenggarakan oleh Dewi, dkk (2019) dimana dalam melakukan sebuah pengujian dimensi terlihat aspek kualitas pelayanan memunculkan kontribusi pengaruh yang bernilai signifikan terhadap aspek kepuasan pelanggan. Begitu juga dengan penelitian yang berhasil diselenggarakan oleh Tresiya dkk (2019) yang memberikan pembuktian bahwa tanpa mampu memunculkan kontribusi pengaruh dari aspek variabel kualitas pelayanan terhadap aspek kepuasan konsumen.

Berladaskan pada bagian dari uraian dari bagian latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti menyelenggarakan penelitiannya guna melakukan penganalisisan terkait seberapa besar aspek dari E-WOM dan aspek dari kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh terhadap aspek kepuasan pelanggan yang terjadi di Salon Davina yang tepatnya berada di Desa Sumberkima. Kondisi yang terjadi tersebut dipakai sebagai sebuah landasan dari latar belakang dalam melakukan penelitian ini yang memilih judul **“Pengaruh E-WOM dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Davina di Desa Sumberkima”**. Adapun identifikasi yang menjadi ladasan dari masalah yang ada pada penelitian ini ialah ditemukan adanya fluktuasi yang terjadi pada penjualan Salon Davina yang terjadi pada bulan Maret sampai terjadi bulan Juli 2021 dikarenakan yang disebabkan tingginya tingkat kepuasan dari para pelanggan, ditemukan adanya kesenjangan dalam penelitian atau research gap yang dilakukan oleh peneliti terdahulu. Untuk lebih terarah, untuk lebih terfokus dan tanpa meluas, maka dalam permasalahan penelitian di akan batasi oleh variabelnya. Oleh karena itu peneliti melakukan pembatasan variabelnya dengan melakukan fokus pada aspek E-WOM dan aspek kualitas pelayanan sebagai variabel yang memiliki kategori bebas dan aspek kepuasan pelanggan sebagai variabel yang memiliki kategori terikat.

Perumusan pada masalah dalam penelitian ini ialah: (1) Apakah E-WOM berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Salon Davina di Desa Sumberkima?, (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Salon Davina di Desa Sumberkima? (3) Apakah E-WOM dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Salon Davina di Desa Sumberkima?

2. Metode

Diketahui bahwa peneliti menyelenggarakan penelitian yang berjenis kuantitatif kausal yang diketahui bahwa hasil data yang didapat berbentuk angka yang diperoleh dari penilaian responden. Desain kausal yang diimplementasikan oleh peneliti dengan tujuan melakukan sebuah untuk pengkajian suatu kaitan sebab akibat yang dimana terjadi diantara variabel yang memberikan kontribusi pengaruh dengan variabel yang menerima kontribusi pengaruhnya (Sugiyono 2014:56). Kemudian yang dijadikan subjek oleh peneliti ialah para masyarakat yang menjadi pelanggan yang sudah pernah atau bahkan yang sering melakukan pembelian produk atau jasa dan dalam hal ini adanya pembelian dengan minimal sebanyak 2 kali pada Salon Davina Desa Sumberkima. Sementara peneliti memakai objek penelitian ialah aspek variabel *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) (X1), aspek variabel kualitas pelayanan (X2) dan aspek variabel kepuasan pelanggan (Y).

Cara atau metode yang dipakai oleh peneliti dalam mengumpulkan data ialah : (1) Mengimplementasikan cara atau metode dalam bentuk Kuisisioner yang dimana dianggap sebagai sebuah teknik dalam mengumpulkan data yang diimplementasikan dengan metode atau cara adanya sebuah seperangkat pernyataan atau pertanyaan yang berbentuk secara tertulis kepada para responden guna memberikan jawabannya atau tanggapannya (Sugiyono, 2014:199), (2) Melakukan sebuah pencatatan dokumen yang dianggap sebagai sebuah salah satu cara atau metode mengumpulkan data lewat adanya pencatatan data yang berasal dari perusahaan, yang mencakup data penjualan dan mencakup hal-hal lain yang memiliki kaitan dengan penelitian ini. Cara ini diimplemetasikan guna melakukan sebuah pencatatan

dokumen-dokumen yang memiliki kaitan dengan permasalahan yang dijumpai dalam penelitian ini. Dengan pernyataan yang telah disiapkan berupa pilihan. Sehingga responden akan memilih 1 jawaban alternatif dari lima preferensi yang disajikan tanpa memasukkan tambahan jawaban sehingga dalam mengelola serta mengkaji data tidak sulit. Untuk menentukan skor pilihan jawaban angket penggunaan skala likert. Skala Likert digunakan dengan tujuan agar mampu melakukan pengukuran terhadap aspek sikap, aspek pendapat, dan aspek pandangan dari seseorang atau dari sekelompok orang terkait fenomena yang bersifat sosial yang tengah terjadi. Peneliti mengimplementasikan sebuah teknik non-probability sampling dengan cara melakukan pengambilan sebuah sampel data yang berlandaskan pada sebuah pertimbangan atau yang berlandaskan pada sebuah tujuan tertentu dan kemudian dengan adanya persyaratan responden ialah Konsumen yang melakukan aktivitas pembelian jasa secara langsung pada Salon Davina Desa Sumberkima minimal terjadi 2 kali. Kemudian dari berbagai macam kelompok masyarakat yang menjadi pelanggan, konsumen dengan rentan usia 17- 45 tahun yang dipilih sebagai responden serta dianggap telah memiliki sikap yang dewasa dan mampu memberikan jawaban atau memberikan tanggapan terhadap pertanyaan yang telah sebelumnya diajukan oleh peneliti lewat perantara kuisisioner. Kemudian untuk responden berjumlah sebanyak 100 orang. Data yang diperoleh lewat penyebaran dari kuisisioner kemudian akan dilakukan proses untuk dianalisis dengan memanfaatkan cara atau metode analisis regresi linear berganda yang dalam melakukan aktivitas pengolahan data mendapatkan dukungan dari software Statistical Package for Social Science (SPSS) 20 for Windows. Kemudian peneliti mengimplementasikan proses analisis regresi linier berganda (Multiple Regression) ialah dinilai sebagai salah satu proses analisis yang diimplementasikan dalam penelitian ini guna untuk mencari tahu berapa besarnya kontribusi pengaruh yang terjadi di antara E-WOM dan aspek variabel kualitas pelayanan sebagai variabel yang memiliki kategori independen, dengan aspek variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel yang memiliki kategori dependen secara serentak atau berbarengan.

Sebelum melakukan aktivitas pengevaluasian dan sebelum melakukan aktivitas penganalisisan data penelitian, sangat perlu dan sangat penting dilakukan pengujian asumsi klasik dengan mendapatkan dukungan dari software SPSS. Pengujian secara asumsi klasik diimplementasikan guna menelusuri bagaimana kemiripan analisis regresi linier berganda dan guna dapat memberikan deskripsi terkait variabel-variabel yang dijumpai dalam penelitian. Tiga pengujian hipotesis klasik yang diimplementasikan oleh penelitian ini, ialah: (1) pengujian normalitas dengan tujuan guna melakukan pengujian terkait apakah yang terjadi antar variabel lain yang menjadi residu memunculkan distribusi secara normal atau namun bertolak belakang. Model regresi yang memiliki sifat baik ialah suatu model yang memiliki distribusi normal atau berhasil pula mendekati sifat normal, yang mampu untuk dilihat dari aktivitas penyebaran data yang terjadi pada sumbu diagonal dari sebuah grafik. Karakteristik dari melakukan pengujian normalitas berlandaskan Santoso (2001) ialah: a) Pada situasi data melakukan aktivitas penyebarannya pada sekeliling daerah garis diagonal serta mampu mengikuti arah garis diagonal, maka mampu untuk dimaknai bahwa model regresi telah memenuhi asumsi secara normalitas. b) Pada situasi data melakukan aktivitas penyebarannya yang jauh dari daerah garis diagonal serta tanpa mampu mengikuti arah garis diagonal, maka mampu untuk dimaknai bahwa model regresi tidak dapat memenuhi asumsi secara normalitas. (2) Pengujian multikolinearitas memiliki makna bahwa guna melakukan pengujian terkait apakah dalam bentuk atau model regresi telah ditemukan terdapatnya atau munculnya korelasi yang terjadi diantar variabel yang memiliki kategori bebas (Independen). Bentuk dari model regresi yang baik sewajarnya tanpa ditemukannya korelasi yang terjadi diantara variabel yang memiliki kategori independen. Pada kondisi variabel yang memiliki kategori independen saling melakukan korelasi, maka variabel-variabel ini tidak menunjukkan sifat ortogonal. Variabel ortogonal dinilai sebagai variabel yang memiliki kategori independen yang nilai pada korelasi antar sesama variabel yang memiliki kategori independen ialah sama dengan nilai nol (Ghozali, 2006:95). Kemudian untuk pengujian multikolinearitas mampu untuk ditelusuri dari besarnya nilai *tolerance value* dan mampu untuk ditelusuri dari besarnya nilai *variance inflation factors* (VIF). (3) Pengujian heteroskedastisitas memiliki sebuah tujuan

guna melakukan pengujian terkait apakah dalam bentuk dari model regresi telah ditemukan terjadinya perbedaan yang terjadi pada *variance* dari residual satu pengamatan menuju ke pengamatan berikutnya. Pada kondisi varian dari residual yang terlihat dari satu pengamatan menuju ke pengamatan berikutnya bernilai tetap, maka akan disebut sudah terjadi homoskedastisitas dan pada kondisi berlainan disebut telah terjadi kondisi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006 :125). Guna untuk melakukan pendeteksian ada atau tidaknya terjadi heteroskedastisitas dengan cara atau metode menelusuri sebuah grafik plot dengan adanya syarat-syarat berikut, ialah: a) Pada kondisi ditemukan adanya sebuah pola tertentu, seperti terlihat adanya titik-titik yang tampak dan bentuknya mampu membentuk seperti pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian mengalami penyempitan), maka akan melakukan pengidentifikasian yang telah terjadinya kondisi heteroskedastisitas. b) Pada kondisi tanpa ditemukan adanya sebuah pola yang jelas, serta adanya titik-titik yang terlihat menyebar pada bagian diatas dan pada bagian dibawah angka 0 yang terjadi pada sumbu Y, maka akan melakukan pengidentifikasian yang telah tidak terjadinya kondisi heteroskedastisitas.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan analisis regresi linear berganda yang telah dilaksanakan melalui software SPSS 23 for Windows didapat angka yang disajikan di tabel berikut, ialah :

Tabel 1

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda				
Variabel Bebas	Koefisien Regresi	<i>p-value</i>	Koefisien Korelasi	r2
<i>E-WOM</i>	0,349	0,000	0,425	0,180
Kualitas Pelayanan	0,557	0,000	0,599	0,359
Konstanta	0,383			
Sig.F	0,000			
R	0,830			
R2	0,688			

Sumber: Output SPSS 23 for Windows.

Berladaskan pada penyajian dari Tabel 1 diatas maka dapat untuk dipahami bahwa perolehan dari hasil melakukan pengujian regresi linier berganda mendapati nilai konstanta dengan angka yang mencapai 0,383. Perolehan dari nilai koefisien regresi *E-WOM* dengan angka 0,349 dan perolehan dari nilai koefisien regresi dari aspek variabel kualitas pelayanan dengan angka yang mencapai 0,557. Sehingga adapun persamaan regresi yang dapat diformulasikan sebagai berikut, ialah :

$$\hat{Y} = 0,383 + 0,349 X_1 + 0,557 X_2 + \epsilon$$

Perolehan dari hasil analisis memberikan suatu pembuktian bahwa: (1) Nilai konstanta dengan angka yang mencapai 0,383 memunculkan makna bahwa pada saat aspek variabel *E-WOM* (X_1) dan aspek variabel kualitas pelayan (X_2) nilainya yang sama dengan nol, maka dalam hal ini aspek variabel kepuasan pelanggan (Y) yang mampu memunculkan angka sebesar 0,383. (2) Kemudian nilai koefisien *E-WOM* (β_1) yang mampu memunculkan angka sebesar 0,349 memunculkan sebuah makna bahwa *E-WOM* memunculkan kontribusi pengaruh yang bersifat secara positif terhadap aspek variabel kepuasan pelanggan (Y). Kondisi ini memperlihatkan sebuah makna bahwa tiap-tiap terjadinya suatu kenaikan *E-WOM* dalam satu satuan maka aspek variabel kepuasan pelanggan akan mengalami sebuah peningkatan dengan angka sebesar 0,349 sehingga akan berubah menjadi 0,732 ($0,383 + 0,349$), dengan adanya sebuah asumsi bahwa variabel yang memiliki kategori bebas yang lainnya bernilai tetap. (3) Pada nilai koefisien aspek variabel kualitas pelayanan (β_2) yang mampu memunculkan angka sebesar 0,557 memunculkan sebuah makna bahwa kualitas

pelayanan memunculkan kontribusi pengaruh yang bersifat secara positif terhadap aspek variabel kepuasan pelanggan (Y). Kondisi ini memperlihatkan sebuah makna bahwa tiap-tiap terjadinya suatu kenaikan kualitas pelayanan dalam satu satuan maka aspek variabel kepuasan pelanggan akan mengalami sebuah peningkatan dengan angka sebesar 0,557 sehingga akan berubah menjadi 0,940 ($0,383 + 0,557$), dengan adanya asumsi bahwa variabel yang memiliki kategori bebas yang lainnya ialah tetap.

Penelitian ini mengutarakan hipotesis pertama yaitu "Munculnya kontribusi pengaruh yang bernilai positif dan munculnya kontribusi pengaruh yang bernilai signifikan yang terjadi antara aspek variabel E-WOM (X1) terhadap aspek variabel kepuasan pelanggan (Y) yang terjadi di Salon Davina yang tepatnya ada di Desa Sumberkima". Berdasarkan pada perolehan hasil pengujian regresi berganda uji t pada Tabel 1 diatas memperlihatkan nilai thitung ialah $4,619 > 1,98472$ ttabel (0,025 ; 97) dan p-value $0,000 < 0,05$ (α) yang memberikan pernyataan bahwa menolak H_0 yang memunculkan makna munculnya kontribusi pengaruh yang bernilai positif dan munculnya kontribusi pengaruh yang bernilai signifikan dari aspek variabel E-WOM terhadap aspek variabel kepuasan pelanggan yang terjadi Salon Davina di Desa Sumberkima. Maknanya, semakin tinggi aspek variabel E-WOM, maka tingkat kepuasan yang diberikan oleh para pelanggan akan menunjukkan semakin tinggi dan begitupula sebaliknya.

Penelitian ini mengutarakan hipotesis kedua yaitu "Munculnya kontribusi pengaruh yang bernilai positif dan munculnya kontribusi pengaruh yang bernilai signifikan yang terjadi diantara aspek variabel kualitas pelayanan (x2) terhadap aspek variabel kepuasan pelanggan yang terjadi tepatnya di Salon Davina di Desa Sumberkima. Berdasarkan pada perolehan hasil pengujian regresi berganda uji t pada Tabel 1 memperlihatkan nilai t hitung ialah $7,369 > 1,98472$ t tabel (0,025 ; 97) dan p-value $0,000 < 0,05$ (α) yang memberikan sebuah pernyataan bahwa menolak H_0 yang memberikan sebuah makna munculnya kontribusi pengaruh yang bernilai positif dan munculnya kontribusi pengaruh yang bernilai signifikan dari aspek variabel kualitas pelayanan terhadap aspek variabel kepuasan pelanggan yang terjadi tepatnya di Salon Davina di Desa Sumberkima. Bermakna, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, maka tingkat yang ditunjukkan oleh kepuasan pelanggan akan semakin tinggi dan begitupula sebaliknya.

Hipotesis ketiga dari penelitian ini "munculnya kontribusi pengaruh yang bernilai signifikan yang terjadi diantara aspek variabel E-WOM dan aspek variabel kualitas pelayanan terhadap aspek variabel kepuasan pelanggan yang tepatnya terjadi di Salon Davina di Desa Sumberkima". Berdasarkan perolehan hasil uji regresi linier berganda memperlihatkan hasil uji F hitung ialah $106,995 > 3,090$ F tabel (2 ; 97) dengan p-value $0,000 < 0,05$ (α) yang menyatakan bahwa menolak H_0 yang memunculkan sebuah makna munculnya pengaruh yang bersifat secara simultan dari aspek variabel E-WOM dan aspek variabel kualitas pelayanan terhadap aspek variabel kepuasan pelanggan yang tepatnya terjadi di Salon Davina di Desa Sumberkima, sehingga makna secara simultan E-WOM dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pengujian hipotesis variabel E-WOM dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan didapat hasil bahwa E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap. Hal ini berarti electronic word of mouth (E-WOM) dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Davina.

Untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan perlu dilakukan peningkatan baik dari segi electronic word of mouth dan juga kualitas pelayanan secara beriringan. Hal yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan saat melakukan treatment sehingga pelanggan yang datang akan memberikan respons positif dan merekomendasikan Salon Davina sebagai pilihan yang tepat untuk jasa salon kecantikan. Rekomendasi yang diberikan oleh pelanggan yang sudah pernah berkunjung dan mendapatkan perawatan pada Salon Davina akan dapat mempengaruhi orang lain untuk ikut berkunjung serta mendapatkan pelayanan pada Salon Davina. Sebagai jasa layanan kecantikan, E-WOM yang positif tentu akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan peningkatan electronic word of mouth akan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Selain E-WOM yang positif, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor penentu kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan Salon Davina dinilai sudah sangat baik dilihat dari pekerjaannya yang bersikap ramah dan sopan. Selain itu para pekerja juga memiliki keterampilan yang baik dalam melayani pelanggan. Pengerjaan layanan pada Salon Davina juga dinilai cukup efisien sehingga pelanggan merasa tidak banyak membuang waktu. Pelayanan yang baik saat ini juga dapat dilihat dari protokol kesehatan yang dijalankan. Pada Salon Davina, protokol kesehatan sangat dijaga mengingat kondisi pandemi Covid-19 yang membuat hal tersebut menjadi salah satu faktor kepuasan pelanggan dalam menerima jasa layanan. Kualitas pelayanan adalah penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya. Kualitas Pelayanan juga dapat diartikan sebagai tingkat adanya sebuah evaluasi yang diterima oleh para konsumen dengan melakukan sebuah perbandingan dengan apa yang para konsumen keluarkan guna memperoleh sebuah produk barang atau jasa tersebut. Berbagai komentar, berbagai ulasan atau berbagai postingan yang memunculkan kesan yang positif dari para pengguna Salon Davina tentunya akan menyebabkan para pelanggan yang berniat mencoba menggunakan layanan-layanan dari Salon Davina akan memunculkan rasa yang lebih yakin untuk mencoba layanan-layanan tersebut. Dengan adanya berbagai komentar, berbagai ulasan atau berbagai postingan yang memunculkan kesan yang positif ini juga akan memberikan tanda bahwa para pelanggan telah merasakan puas dan merasakan senang setelah melakukan kunjungan serta menggunakan berbagai layanan yang ada di Salon Davina yang juga memperlihatkan bahwa E-WOM memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Salon Davina.

Sehingga dalam kondisi ini dapat disimpulkan ialah aspek variabel E-WOM dan aspek variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi pengaruh yang sangat penting terhadap aspek variabel kepuasan pelanggan. Dengan adanya peningkatan E-WOM dan juga dengan adanya peningkatan kualitas Pelayanan secara beriringan mampu terciptanya kepuasan dari para pelanggan yang akan meningkat lebih tinggi.

4. Simpulan dan Saran

Berldasarkan para perolehan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dihasilkan, maka dapat ditarik tiga kesimpulan, ialah: (1) Aspek variabel *electronic word of mouth* dan aspek variabel kualitas pelayanan secara beriringan memunculkan kontribusi pengaruh secara signifikan terhadap aspek variabel kepuasan pelanggan yang terjadi di Salon Davina di Desa Sumberkima. (2) aspek variabel *electronic word of mouth* memunculkan kontribusi pengaruh secara positif dan kontribusi pengaruh secara signifikan terhadap aspek variabel kepuasan pelanggan yang terjadi pada Salon Davina di Desa Sumberkima. (3) Aspek variabel kualitas pelayanan memunculkan kontribusi pengaruh secara positif dan kontribusi pengaruh secara signifikan terhadap aspek variabel kepuasan pelanggan yang terjadi pada Salon Davina di Desa Sumberkima.

Berldasarkan pada perolehan hasil, pembahasan dan simpulan, maka dapat ditarik beberapa saran ialah : (1) Bagi peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan untuk melakukan pengkajian terhadap aspek yang sejenis ialah pada aspek variabel *electronic word of mouth*, aspek variabel kualitas pelayanan dan aspek variabel kepuasan pelanggan diharapkan untuk melakukan pengembangan penelitian ini dengan mengimplementasikan populasi dan sampel yang secara lebih luas agar perolehan hasil penelitian lebih akan memperlihatkan keandalannya. Kemudian diharapkan memperbanyak sebuah teori yang memiliki kaitan dengan variabel yang diimplementasikan serta dapat mengimplementasikan teknik analisis data yang lain agar dijadikan sebagai pedoman dari penelitian-penelitian selanjutnya dan mampu untuk menambah dari segi wawasan keilmuan khususnya dalam Manajemen Pemasaran. (2) Bagi pihak Salon Davina diharapkan agar dapat melakukan perbaikan dari segi aspek *electronic word of mouth* yang dimiliki serta melakukan perbaikan dari segi aspek kualitas pelayanan dalam kegiatan usaha melakukan sebuah peningkatan tingkat kepuasan dari para pelanggan sebab seperti perolehan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa kedua aspek variabel baik aspek variabel *electronic word of mouth* maupun aspek variabel kualitas pelayanan sama-sama memberikan kontribusi pengaruh yang bernilai secara positif dan bernilai secara signifikan terhadap aspek variabel kepuasan

pelanggan. dengan *electronic word of mouth* yang positif dan kualitas pelayanan yang baik akan mampu menarik konsumen untuk melakukan kunjungan kembali serta menggunakan produk serta layanan jasa.

Daftar Pustaka

- Azhar, M., Sutiono, H. T., & Wisnalmawati, W. (2021, November). The Effect of Digital Marketing And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions And Customer Satisfaction. *In Seminar Nasional Informatika (Semnasif) (Vol. 1, N. Yogyakarta: Caps.*
- Ghozali, Imam. (2006). "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan". *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1),*
- Itasari, A. a., & dkk. (2020, Desember). Pengaruh Word of Mouth, Electronic Word of Mouth. *ETTISAL: Journal of Communication, vol.5 No.2.*
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran. Edisi 1.*Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Lavenia, B. C., Iqbal, M., & Irawan, A. (2018). Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Go-Jek Di Kota Kediri). *Jurnal Administrasi Bisnis, 60(3), 52–61.*
- Nofiyah, J. N. (2019). *Pengaruh harga, kualitas pelayanan Islami dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada D'Mutia Salon dan SPA muslimah Semarang* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- Noor, Fathira Virdha. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia". *Skripsi. Ekonomi dan Bisnis Islam.* Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Bengkulu.
- Prabowo, B. (2008). Pengaruh relationship marketing terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Astra Surabaya. *Jurnal ilmu-ilmu sosial, 8(2), 92-97.*
- Santoso, Singgih.. 2001. *SPSS Versi 11,5 Mengolah Data Statistik Secara Profesional.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Santika, I. W., Pramudana, K. A., & Astitiani, N. L. (2020). The Role of E-Satisfaction in Mediating the Effect of E-Service Quality and E-WOM on E-loyalty on Online Marketplace Customers in Denpasar, Bali, Indonesia. *Manag Econ Res J, 6(1), 11907.*
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta
- Tresiya, Dhita, Djunaidi dan Heri Subagyo. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri". *JIMEK – Volume 1 Nomor 2.*
- Yuanti, P. L. K. (2020). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Perceived Risk, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs Shopeee* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).