

## Pengaruh *Word Of Mouth* (WOM), Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian *Handphone* di Toko KSC Cellular Mojokerto

Nindya Listya Dewi<sup>1</sup>, Ferry Hariawan<sup>2</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>  
Email: [nindyalistyad@gmail.com](mailto:nindyalistyad@gmail.com)<sup>1</sup>  
Koresponden: [ferry@unipasby.ac.id](mailto:ferry@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

KSC Cellular Store Mojokerto is a company engaged in the sale of cellphones, cellphone accessories and cellphone services. The location of this outlet which operates in 4 areas. One of them is in the area of Jalan Teratai No. 1 Mangelo Sooko, Mojokerto City. This mobile shop carries out a marketing strategy through promotional programs to introduce the advantages of each product sold and is always crowded with visitors because the products sold are more complete than other stores. The purpose of the research is (1) To find out whether word of mouth has an effect on consumer satisfaction. (2) In order to know whether product quality has an effect on consumer satisfaction. (3) Knowing whether service quality has an effect on customer satisfaction. (4) Knowing whether word of mouth, product quality and service quality simultaneously affect consumer satisfaction. The research population is consumers who buy cellphones at the KSC Cellular Mojokerto store. The sample used is 100 respondents. The results of this study are: Word Of Mouth (WOM) (X1) has a significant effect on consumer satisfaction, Product Quality (X2) has a significant effect on customer satisfaction, Service Quality (X3) has a significant effect on customer satisfaction and the three variables simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. consumer.

**Keywords :** Word Of Mouth, Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

### ABSTRAK

Toko KSC Cellular Mojokerto merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan *Handphone*, aksesoris *handphone* dan *service handphone*. Lokasi outlet ini yang beroperasi di 4 daerah. Salah satunya ada dikawasan jalan Teratai No. 1 Mangelo Sooko, Kota Mojokerto. Toko seluler ini melakukan strategi pemasaran melalui program promosi untuk memperkenalkan keunggulan dari setiap produk yang dijual dan selalu ramai pengunjung dikarenakan produk yang dijual lebih lengkap dibandingkan toko lain. Tujuan diadakan penelitian (1) Untuk ketahui apakah word of mouth berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (2) Agar diketahui adakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (3) Mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (4) Mengetahui adakah word of mouth, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen. Populasi penelitian adalah konsumen yang membeli *handphone* di toko KSC Cellular Mojokerto. Sampel yang digunakan yaitu 100 responden. Hasil penelitian ini adalah: Word Of Mouth (WOM) (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan ketiga variabel secara bersamaan berpengaruh signifikan dengan kepuasan konsumen.

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

### PENDAHULUAN

Di era globalisasi sekarang ini istilah teknologi sangat *familiar* setiap hari dan sangat dekat dengan kehidupan manusia, sehingga sangat penting bagi setiap masyarakat. Bisnis penjualan *smartphone* ialah salah satu bisnis yang sedang berkembang pesat. Permintaan ponsel pintar telah menjadi kebutuhan penting bagi banyak orang. Hal ini mendorong para pengguna *smartphone* membeli produk *smartphone* baru.

Toko KSC Cellular Mojokerto merupakan perusahaan yang berkecimpung di bidang penjualan *handphone*, aksesoris *handphone* dan *service handphone*. Tempat outletsaat ini beroperasi di 4 daerah,

salah satu toko pusat yakni dikawasan jalan Teratai No 1 Mangelo Sooko, Kota Mojokerto. Toko seluler ini menerapkan strategi pemasaran melalui program promosi untuk memperkenalkan keunggulan dari setiap produk yang dijual dan selalu ramai pengunjung dikarenakan produk yang dijual lebih lengkap dibandingkan toko lain.

Dalam penelitian yaitu : (1) Itasari, dkk. (2020), word of mouth berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di desa wisata Sidowayah Klaten. (2) Hardjono dan Ika Wahyuni (2020), kualitas produk berpengaruh pada kepuasan konsumen pengguna *handphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. (3) Wijaya, Cynthia (2017), kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy.

Pendapat yang disampaikan mengenai *word of mouth* oleh Hasan (2010) ialah tindakan cara promosi pada aktivitas perdagangan yang menggunakan “orang keorang” yang senang agar menumbuhkan pengetahuan barang dan mendapatkan taraf perdagangan tertentu.

Menurut pendapat Prajati (2013) kualitas produk mengacu pada kondisi dimana suatu barang dinilai sesuai standard pengukuran yang telah ditentukan. Semakin banyak standard yang ditetapkan, semakin baik kualitas nilai barangnya.

Pendapat yang diberikan oleh Tjiptono (2012) yang menerangkan bahwa kualitas layanan yaitu tingkat keandalan yang diinginkan dan penanganan tingkat keunggulan tersebut adalah untuk melengkapi kebutuhan pelanggan. Memberikan layanan berkualitas tinggi di perusahaan akan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Pendapat yang disampaikan oleh Kotler (2012) yang menyampaikan bahwa kepuasan konsumen memiliki perasaan bangga atau kesal individu yang muncul akibat mengumpamakan hasil performa yang di apresiasi produk tentang harapan mereka.

## METODE

Metode kuantitatif dengan *Causal Study*, yaitu studi yang menjelaskan bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat (Fadhli, M& Fachruddin, R., 2016).

### Populasi

Konsumen yang membeli *handphone* di toko KSC *Cellular* Mojokerto. Untuk Analisis ini hanya sebagian populasi diambil, karena banyaknya pembeli dan tidak semua didapati secara pasti.

### Sampel

Disebabkan populasinya tak terbatas perlu memastikan sampel untuk diteliti, maka digunakan rumus sampel *infinity*, agar tahu berapa sampel yang diambil (Sumarni, Murti dan Salamah, 2016).

$$n = \frac{(Z^2)}{4(Moe)^2}$$
$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

Berdasarkan taksiran diatas, dapat diketahui jumlah responden yang akan dijadikan sampel menjadi 100 responden.

### Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan menerapkan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Peneliti menentukan sampel dengan acak, tidak memandang strata pada populasi.

## Sumber Data

### a. Primer

ialah data kuisisioner secara langsung diisi oleh pembeli dan yang pernah membeli *handphone* di toko KSC *Cellular* Mojokerto.

b. Sekunder

Didapatkan dengan menyatukan data dari buku referensi, jurnal, artikel maupun dokumen serta terhubung pada variabel yang diteliti.

**HASIL**

**Analisis Data Penelitian**

**Instrumen Penelitian**

Validitas

Suatu ukuran yang membuktikan kevalidan suatu instrumen, karena menunjukkan ketiga variabel pada nilai r-hitung setiap indikator > dari nilai 0,05 (r-tabel 0,1966).

Reliabilitas

Tabel 1. Reliabilitas

Variabel	Hasil	Nilai Kritis	Keterangan
Word Of Mouth (WOM) (X <sub>1</sub> )	0,845	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	0,850	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	0,855	0,60	Reliabel

Hasil pengujian di atas diperoleh bahwa uji reliabilitas selama penelitian ini menunjukkan bahwa setiap items (indikator) dari setiap variabel mengandung taraf cronbach alpha > 0,6. Sehingga setiap item dari analisis ini diduga reliabel.

**Asumsi Klasik**

Tabel 2. Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
Normalitas	0,200 <sup>c,d</sup>	Sig > 0,05	Normal
Multikolinieritas			
Word Of Mouth (WOM) (X <sub>1</sub> )	1,656	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	2,573	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	2,316	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Autokorelasi	2,026	1,7364 < 2,026 < 2,2636	Bebas Autokorelasi
Heteroskedastisitas			
Word Of Mouth (WOM) (X <sub>1</sub> )	0,640	sig > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	0,828	sig > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	0,569	sig > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : Output SPSS ver. 23 (Data diolah)

Pada tabel 2 diatas bisa mengetahui bahwa :

a. Normalitas

Terlihat bahwa nilai signifikansinya sebesar (0,200). Dapat disimpulkan bahwa pola sebaran residual distribusi normal karena nilai signifikan > 0,05. Sehingga bebas dari normalitas.

- b. Multikolonieritas  
Hasil pada variabel Word Of Mouth (WOM) VIF yaitu (1,656).Kualitas Produk VIF yaitu (2,573).Pada Kualitas Pelayanan VIF yaitu (2,316).Hasil menunjukkan kalau variabel *word of mouth*, kualitas produk dan kualitas pelayanan bebas dari multikolonieritas karena nilai VIF < 10.
- c. Autokorelasi  
Menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 2,026.Jadi dapat dikatakan bahwa semua variabel bebas dari autokorelasi karena  $du < d < 4 - du$ .
- d. Heteroskedastisitas  
Pada pengujian tabel diatas masing-masing variabel dari penelitian ini didapat nilai sig. > 0,05. Memastikan dalam penelitian ini tiada terdeteksi keadaan gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Menggunakan Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Regresi

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	8,830	4,943
Word Of Mouth	0,258	0,129
Kualitas Produk	0,236	0,118
Kualitas Pelayanan	0,266	0,115

Sumber : Output SPSS ver. 23 (Data diolah)

Tabel 3 didapat persamaan regresiyaitu :

$$Y = 8,830 + 0,258X_1 + 0,236X_2 + 0,266X_3$$

Hasil ini menunjukkan bahwa :

1. 8,830 adalah nilai konstanta (a)  
Menunjukkan koefisien regresi pada konstanta adalah sebesar 8,830.*Word Of Mouth*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan bernilai 0, Kepuasan Konsumennya adalah 8,830.
2. 0,258 adalah nilai koefisien variabel *Word Of Mouth* ( $X_1$ )  
Menunjukkan peningkatan kepuasan konsumen adalah (0,258).Setiap peningkatan atau penambahan satu unit *Word Of Mouth*.
3. 0,236 adalah nilai koefisien variabel Kualitas Produk ( $X_2$ )  
Menunjukkan peningkatan kepuasan konsumen adalah (0,236).Kenaikan penambahan satu harga satuan.
4. Nilai koefisien variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) adalah (0,266).  
Menunjukkan peningkatan kepuasan konsumen adalah (0,266).Penambahan satu satuan kualitas pelayanan.

### Hipotesis

#### Hipotesis Secara Parsial

Tabel 4. Uji t Parsial

Variabel	t	Nilai Sig.
(Constant)	1,787	0,077
Word Of Mouth	1,996	0,049
Kualitas Produk	2,007	0,048
Kualitas Pelayanan	2,308	0,023

Sumber : Output SPSS ver. 23 (Data diolah)

Berdasarkan hasil tabel 4 maka:

1. *Word Of Mouth* (WOM) ( $X_1$ ), memperoleh nilai signifikan  $0,049 < 0,05$ . Oleh karena itu secara individu, variabel *word of mouth* (WOM) ( $X_1$ ) punya pengaruh baik kepada Kepuasan Konsumen (Y) di toko KSC *Cellular* Mojokerto.
2. Kualitas Produk ( $X_2$ ), diperoleh nilai signifikan  $0,048 < 0,05$ . Dikatakan dengan cara tersendiri, Kualitas Produk berpengaruh positif pada Kepuasan Konsumen (Y) pada toko KSC *Cellular* Mojokerto.
3. Pada variabel Kualitas pelayanan ( $X_3$ ), diperoleh nilai signifikan  $0,023 < 0,05$ . Dapat dikatakan secara individu ( $X_3$ ) punya pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di toko KSC *Cellular* Mojokerto.

### Hipotesis Secara Simultan

Tabel 5. Uji F

	F	Sig.
Regression	22,076	,000 <sup>b</sup>

Sumber : Output SPSS ver. 23 (Data diolah)

Dilihat pada tabel 5 yang menyatakan hasil signifikan  $0,000 < 0,05$ . Jadi ketiga variabel secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko KSC *Cellular* Mojokerto.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian dalam skripsi, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal:

1. Ada pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen di toko KSC *Cellular* Mojokerto. Semakin meningkatnya rekomendasi mengenai informasi suatu produk maka semakin meningkat juga kepuasan konsumen.
2. Adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen di toko KSC *Cellular* Mojokerto. Kualitas produk memang sangat penting untuk diperhatikan.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di toko KSC *Cellular* Mojokerto. Kualitas pelayanan juga sangat penting untuk kenyamanan konsumen.
4. *Word of mouth*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan bersamaan berpengaruh dengan kepuasan konsumen di toko KSC *Cellular* Mojokerto. Dengan adanya *word of mouth* yang selalu membuat orang tertarik untuk membeli produk tersebut, dan memberikan kualitas suatu produk terbaik serta memberikan pelayanan yang memuaskan.

### **IMPLIKASI**

- a. Variabel WOM (*Word Of Mouth*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko KSC *Cellular* Mojokerto. Sebaiknya toko KSC *Cellular* meningkatkan rekomendasi mengenai informasi *handphone*. Dengan memiliki kualitas *handphone* yang bagus dapat meluaskan cerita positif bagi toko KSC *Cellular* Mojokerto, akibatnya konsumen termotivasi melakukan *word of mouth* pada calon pembeli.
- b. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko KSC *Cellular* Mojokerto. Untuk kualitas produk tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk *handphone* dengan selalu mengontrol segel pada kemasan produk agar konsumen tidak menerima barang cacat atau rusak, perlu menjaga kebersihan produk, perlu menyediakan produk

*handphone* demo sehingga konsumen merasa puas dan tetap memutuskan membeli *handphone* di toko KSC *Cellular* Mojokerto.

- c. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko KSC *Cellular* Mojokerto. Pada kualitas pelayanan ini disarankan tetap meningkatkan kualitas pelayanan dengan bersikap sopan dan ramah dalam melayani konsumen agar konsumen lebih puas atas pelayanan yang diberikan.

#### KETERBATASAN PENELITIAN

Adanya keterbatasan dalam proses pengambilan data yakni, sebagai berikut :

- a. Terkendala waktu dan tenaga untuk mencakup seluruh sampel penelitian.
- b. Penggunaan kuesioner, dikarenakan pernyataan yang diisi oleh responden tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.
- c. Ada responden yang lama mengembalikan kuesioner sehingga peneliti lama untuk mengolah data.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Argasha, Denis Volindo., dan Giarti Slamet. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen *Smartphone* Asus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Surakarta. *Surakarta Management Journal*, 2(1), 40–49.
- Efnita, Titik. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Wedding Organizer*. *Jurnal Ad Bispreneur*, 2(2), 107–115.
- Faradina, Anissa., dan Budhi Satrio. (2016). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Cantik Almada. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 1–18.
- Hardjono., dan Ika Wahyuni. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna *Handphone* Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis: GROWTH*, 17(1), 24–44.
- Itasari, Andri Astuti., Nurnawati Hindra Hastuti., dan Agus Supriyadi. (2020). Pengaruh *Word of Mouth*, *Electronic Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *ETTISAL: Journal of Communication*, 5(2), 259–271.
- Latief, Rusman. (2018). *Word Of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya : Media Sahabat Cendekia.
- Suyuthi, Nurmadhani Fitri., dkk. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen: Teori, Tujuan dan Fungsi*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Wijaya, Cynthia Violita. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *Agora*, 5 (1).