

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

**OLEH**

**Luh Szizuka Listria Naomi, NIM 1817041206**

**Jurusan Manajemen**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh E-WOM dan kualitas pelayanan yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Davina di Desa Sumberkima baik secara simultan maupun parsial. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan teknik non-probability sampling yaitu purposive sampling. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini adalah: (1) *Electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) *word of mouth* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan sumbangan pengaruh 68,8%. Sedangkan sisanya sebesar 31,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

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

## **Abstract**

*This study aims to test the influence of E-WOM and the perceived quality of service on customer satisfaction at the Davina Salon in Sumberkima Village both simultaneously and partially. The research design used is causal quantitative research. The number of samples used in this study was 100 respondents using a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. The instrument used in this study was a questionnaire and the data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this study are: (1) Electronic word of mouth has a positive and significant effect on customer satisfaction. (2) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. (3) Electronic word of mouth and service quality have a significant effect on customer satisfaction with an influence contribution of 68.8%. While the remaining 31.2% was influenced by other variables.*

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