

## PENGARUH *WORD OF MOUTH (WOM)* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA CUCI SEPATU DI *SEBELUM MELANGKAH* KABUPATEN MALANG

Devina Okta Widyaningtyas<sup>1</sup>  
Masreviastuti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

<sup>1</sup>devinaokta8@gmail.com

<sup>2</sup>masreviastuti@polinema.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan dalam memakai jasa cuci sepatu. Penelitian memakai pendekatan kuantitatif, terdiri dari dua variabel bebas yakni *Word Of Mouth (WOM)* dan kualitas pelayanan, serta variabel terikat berupa kepuasan pelanggan. Dalam mengumpulkan data menggunakan kuisisioner dengan teknik sampling *nonprobability* yang disebar kepada 100 responden serta data diperkuat dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisa yang dilakukan melalui regresi linier berganda. Variabel *Word Of Mouth (WOM)* dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa Kepuasan Pelanggan tidak dipengaruhi secara parsial oleh *Word Of Mouth (WOM)*, sementara itu Kualitas Pelayanan menunjukkan hal sebaliknya. *Word Of Mouth (WOM)* serta Kualitas Pelayanan secara simultan atau bersama – sama berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Maka besarnya pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (adjusted R<sup>2</sup>) yakni senilai 73%.

Kata kunci : *Word Of Mouth (WOM)*, Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan.

### Abstract

*This research was conducted to analyze the effect Word Of Mouth (WOM) and service quality partially and simultaneously on customer satisfaction in using shoe washing services. The study used a quantitative approach, consisting of two independent variables, namely Word of Mouth (WOM) and service quality, and dependent variables in the form of customer satisfaction. The data collection method used was a questionnaire with non-probability sampling techniques distributed to 100 respondents and the data was strengthened by conducting interviews, observations and documentation. The analysis used is multiple linear regression. This study shows that variable Word of Mouth (WOM) partially does not affect customer satisfaction, while Service Quality shows the opposite. Word Of Mouth (WOM) and Service Quality simultaneously or jointly have a partial effect on Customer Satisfaction So the magnitude of the influence Word of Mouth (WOM) and Service Quality on Customer Satisfaction (adjusted R<sup>2</sup>) is 73%.*

*Keywords: Word of Mouth (WOM), Quality of service, Customer satisfaction*

---

### 1. Pendahuluan

Saat ini sudah banyak produsen sepatu lokal yang memiliki banyak peminat, karena memiliki kualitas yang tidak kalah bagus dengan dengan sepatu luar negeri. Dengan banyak munculnya produsen sepatu local dan peminat sepatu sneakers yang semakin

meningkat tersebut membuka peluang bagi bisnis jasa cuci sepatu.

Salah satu bisnis jasa cuci sepatu yang sudah berdiri dan eksis di wilayah Kabupaten Malang yaitu Jasa Cuci Sepatu yang bernama “Sebelum Melangkah” yang berlokasi di Jalan Suruji Nomer 71 Kepanjen Kabupaten Malang. Pelanggan di Cuci Sepatu Sebelum

Melangkah menunjukkan rasa puas terhadap pelayanan melalui testimoni atau review yang dilakukan melalui sosial media Instagram, ada pula yang menunjukkan kepuasan tersebut melalui penggunaan jasa ini secara berulang – ulang.

Didalam suatu manajemen pemasaran pasti terdapat unsur – unsur yang mempengaruhi dalam keberhasilan pemasaran produk ataupun jasa. Salah satu unsur yang mempengaruhi adalah strategi promosi pemasaran. Terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan untuk melakukan promosi pemasaran. Pertama, *Word Of Mouth (WOM)* atau dari mulut ke mulut, penerapan WOM di Cuci Sepatu Sebelum Melangkah sendiri dilakukan dengan menyampaikan informasi dari teman ke teman, saudara, dan anggota keluarga.

Kedua, kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat berupa kemampuan guna mencukupi kebutuhan konsumen mulai jasa yang diinginkan, keramahan saat pelayanan, sampai fasilitas yang bisa diperoleh konsumen atau pelanggan. Contoh kualitas pelayanan yang diterapkan oleh cuci sepatu “Sebelum Melangkah” adalah memberikan edukasi kepada pelanggan mengenai tata cara membersihkan sepatu seperti cara mengenali bahan sepatu dan cara merawatnya dengan mudah.

Berdasar dari paparan latar belakang, maka peneliti melangsungkan penelitian berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Cuci Sepatu di Sebelum Melangkah Kabupaten Malang.

Rumusan Masalah pada penelitian ini yaitu Apakah *Word Of Mouth (WOM)* dan Kualitas Pelayanan memiliki dampak akan Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan jasa cuci sepatu di Sebelum Melangkah Kabupaten Malang. Tujuan penelitiannya adalah mengetahui dan melakukan analisa pengaruh WOM dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan jasanya.

## 2. Kajian Pustaka

Terdapat beberapa Kajian Empiris pada penelitian ini, dan berikut ini hasil penelitian

sebelumnya yang relevan tentang WOM dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan :

1. Pengaruh WOM dan Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Masyarakat di DPDP Kota Medan. Hasilnya adalah Kepuasan Masyarakat dipengaruhi dengan signifikan oleh WOM dan Kualitas Pelayanan (Pratama, 2015).
2. Dengan topik penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan serta WOM “(Study case lanjutan dari SBU LP31 Group)” Tahun 2014. Menyebutkan bahwasanya kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan dan WOM secara positif (Fibriyadi, 2016).
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap WOM dan Kepuasan Penghuni Perumahan Pegawai di Department GFS PT. VALE Indonesia. Menunjukkan hasil berupa kualitas pelayanan serta kepuasan penghuni mempengaruhi WOM penghuni perumahan PT Vale Indonesia secara positif dan signifikan (Prasetyo, 2017).
4. Pengaruh WOM, *Electronic Word Of Mouth* serta Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Menyebutkan bahwasanya WOM, *electronic word of mouth* dan kualitas pelayanan secara bersamaan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan (Itasari, Hastuti & Supriyadi, 2020).
5. Dalam penelitiannya dengan judul Pengaruh WOM dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Laundry Sepatu Shoes And Care Pada Pelanggan Shoes And Care Store Medan. Menunjukkan bahwa WOM dan kualitas pelayanan secara bersamaan mempengaruhi keputusan pemakaian jasa secara signifikan (Silalahi, 2020).

Kajian Teoritis dalam penelitian ini adalah:

1. Manajemen Pemasaran :  
Manajemen pemasaran ialah usaha mulai dari perencanaan, penerapan strategi, pengelolaan, sampai evaluasi kinerja demi mencapai tujuan

pemasaran. Terdapat delapan strategi pemasaran menurut (Sudarsono, 2020), diantaranya mengembangkan strategi dan perencanaan pemasaran, menangkap pemahaman pemasaran, menjalin hubungan dengan pelanggan, menciptakan merek yang kuat, membuat penawaran pasar, menyampaikan nilai, mengkomunikasikan nilai, dan membuat pertumbuhan jangka panjang.

2. Pemasaran Jasa :

Pemasaran jasa ialah suatu yang bisa diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, dipergunakan guna memenuhi kebutuhan. Terdapat beberapa karakteristik pemasaran jasa menurut (Fatihudin & Firmansyah, 2019:2) yaitu Intangibility (Tidak Berwujud), Inseparability (Tidak Terpisahkan), Variability / Heterogeneity / Inconsistency (Keaneragaman), dan Perishability (Tidak Tahan Lama).

3. Kepuasan Pelanggan :

Berdasarkan Kotler (2015) dalam (Qomariah, 2021:34) Kepuasan pelanggan ialah tingkatan perasaan orang sesudah membandingkan kinerja hasil yang dibandingkan dengan harapan. Terdapat beberapa indikator kepuasan pelanggan menurut (Tjipto, 2005) dalam (Saputro, 2022), yakni kepuasan pelanggan keseluruhan, konfirmasi harapan, keinginan membeli kembali, bersedia memberikan rekomendasi, dan tidak puasnya pelanggan.

4. *Word of Mouth (WOM)* :

WOM yaitu komunikasi elektronik, tertulis, dan lisan sesama masyarakat yang memiliki hubungan dengan kelebihan maupun pengalaman melakukan pembelian atau memakai produk ataupun jasa (Kotler & Keller, 2011) dalam (Latief, 2018). Selain itu terdapat indikator *Word of Mouth*, yaitu membicarakan, rekomendasi dan dorongan (Lupiyoadi, 2008) dalam (Bancin, 2021).

5. Kualitas Pelayanan :

Menurut (Nashar, 2020:12) Kualitas

Pelayanan adalah faktor yang sangatlah mendasar, supaya pelayanan yang ada bisa dinikmati oleh pengguna. Berikut ini beberapa indikator kualitas pelayanan berdasarkan (Lupiyoadi & Hamdani, 2009:182) dalam (Indrasari, 2019:63), yakni keandalan (reliability), empati (emphaty), ketanggapan (responsiveness), jaminan dan kepastian (assurance), berwujud (tangibles).

### 3. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian yang dilakukan ini jenisnya kuantitatif dimana cara penelitian yang digunakan dengan prosedur statistik dan cara lain yang sifatnya kuantitatif (pengukuran). Pendekatan ini fokus utamanya untuk memperhatikan suatu fenomena yang didalamnya terdapat karakteristik khusus atau biasa disebut variabel (Tersiana, 2018). Populasi Dan Sampel dalam riset ini mengambil populasi dari pelanggan jasa cuci sepatu Sebelum Melangkah Kabupaten Malang yang pernah menggunakan jasa nya selama 3 bulan terakhir yaitu November tahun 2021 sampai Januari 2022. Dengan jumlah populasi sebanyak 301 pelanggan. Sedangkan jumlah sampel pada populasi menggunakan cara Slovin dan menemukan hasil sejumlah 75 responden, namun digenapkan sehingga sampel penelitian ini sejumlah 100 responden. Teknik Sampling yang dipergunakan dalam penentuan sampel yaitu Nonprobability. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini, yaitu pelanggan jasa cuci sepatu “Sebelum Melangkah” dan pernah menggunakan jasa ini minimal 2 kali.

Definisi Operasional Variabel (DOV) Unruk riset ini mencakup 3 definisi operasional, diantaranya : *Word of Mouth* (X1) dengan 3 indikator, yaitu membicarakan, rekomendasi dan dorongan. Kualitas pelayanan (X2) dengan 5 indikator, ialah bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), jaminan (assurance), reaktif (responsive) dan empati (emphaty). Kepuasan pelanggan (Y) dengan 5 indikator, yakni kepuasan dan ketidakpuasan konsumen, minat untuk membeli ulang, bersedia untuk memberi rekomendasi ke yang lain serta konfirmasi harapan.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi, kuesioner, observasi serta wawancara. Metode analisa data yang dilaksanakan dalam riset ini yaitu pengujian validitas dan reliabilitas, pengujian asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, uji normalitas, serta uji heterokedasitas, pengujian hipotesis (F dan t), analisis regresi berganda serta coefficient determination ( $R^2$ ).

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Pada Uji Validitas variabel dalam riset ini terdiri dari *Word Of Mouth* (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan pelanggan (Y) hasilnya dikatakan valid karena masing – masing item pernyataan dalam setiap variabel memperoleh nilai  $r > r$  table (0,1966) dengan signifikansi toleransi kesalahan  $< 0,05$ . Maka, item – item dalam variabel *Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan bisa mengukur pengaruh *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan jasa cuci sepatu di Sebelum Melangkah Kabupaten Malang.

Kemudian Uji Reliabilitas pada seluruh item dalam variabel pengukuran terkait *Word Of Mouth* mendapatkan hasil 0,899 sehingga dikatakan reliabel karena lebih besar dari nilai Cronbach's Alpha 0,70. Selain itu, variabel kualitas pelayanan mendapatkan nilai Cronbach's Alpha 0,922 dan variabel kepuasan pelanggan memperoleh nilai reliabilitas 0,924 sehingga kedua variabel tersebut disebut reliabel dikarenakan nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,70. Dari hasil yang didapatkan dari masing – masing variabel tersebut bisa di ambil kesimpulan bahwasanya jawaban atau response yang diberikan oleh responden reliabel atau bisa diandalkan karena memiliki nilai koefisien diatas 0,70.

Pada Uji Normalitas berdasarkan hasil penelitian, tampak adanya titik – titik yang tersebar disekeliling garis diagonal maupun searah dengan garis diagonal. Sehingga data bisa dikatakan terdistribusi dengan normal.

Selanjutnya Uji Heteroskedestisitas terlihat bahwa titik – titik data menyebar diantara sumbu Y serta polanya tidak berbentuk. Sehingga bisa disimpulkan tidak ada masalah heteroskedastisitas pada data dan

data berdistribusi normal serta asumsinya terpenuhi.

Pada Uji Multikolonieritas yakni memperhatikan nilai variance inflation factor (VIF) dan nilai tolerance yang mana selanjutnya diketahui bahwa hasil nilai VIF dari variabel X1 dan X2 mempunyai nilai VIF sesuai dengan syarat yang ditentukan yaitu nilai VIF  $3,578 < 10$  dan tolerance  $0,279 > 0,10$ . Dengan demikian bisa dikatakan bahwa data terbebas dari masalah multikolonieritas.

Kemudian Analisis Regresi Berganda, Persamaan regresi berganda pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan cara :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 8,170 + 0,122X_1 + 0,835X_2 + e$$

Dari kedua regrestion coefficient variabel X. maka koefisien regresi X2 (Kualitas Pelayanan) adalah yang paling besar 0,835 daripada koefisien regresi X1 (*Word of Mouth*) yaitu 0,122. Dengan demikian X2 (Kualitas Pelayanan) memberikan kontribusi paling besar kepada Y (Kepuasan Pelanggan).

Pada Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), berdasar dari hasil penelitian didapatkan nilai adjusted R square senilai 0,730. Artinya kemampuan untuk semua Variabel X (X1,X2) dalam menjelaskan variansi Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) hanya 0,730 atau 73%. Dengan kata lain variabel X yakni *Word Of Mouth* sebagai X1 dan Kualitas Pelayanan sebagai X2 terhadap variabel Y sebagai Kepuasan Pelanggan sebesar 73%. Untuk sisa dari 100% - 73% adalah 27% merupakan kontribusi variabel yang berada diluar penelitian (tidak diteliti).

Selanjutnya dalam Uji t hasil yang didapatkan dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti diantaranya yaitu, Pengujian variabel *Word of Mouth* (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memperoleh hasil sig  $0,393 > 0,05$  serta t hitung  $0,858 < t$  tabel 1,98 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dinyatakan Kepuasan Pelanggan tidak dipengaruhi secara parsial oleh variabel X1 di cuci sepatu Sebelum Melangkah. Berbeda dengan pengujian yang dilakukan pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dimana hasil yang diperoleh yaitu nilai sig  $0,00 < 0,05$  dan nilai t hitung  $7,933 > t$  tabel 1,984 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga diketahui bahwa Kepuasan Pelanggan di cuci sepatu

Sebelum Melangkah dipengaruhi secara parsial oleh Kualitas Pelayanan (X2).

Dan pada Uji F setelah dilakukan pengujian dan hasilnya sudah diperoleh maka diketahui  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dikarenakan Nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan Nilai F hitung positif (134.639) lebih besar dari F table 3,09. Artinya adalah Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi secara simultan oleh *Word of Mouth* (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2).

Dari uraian yang dijelaskan maka dalam pembahasan hasil riset ini diambil dari responden dengan jumlah 100 orang yang meliputi laki – laki (53 orang) dan perempuan (47 orang). Berdasar dari data maka diketahui bahwasanya pelanggan yang sering menggunakan jasa cuci sepatu ini memiliki jenis kelamin laki – laki. Kemudian dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan diketahui bahwasanya variabel *Word Of Mouth* tidak memberi pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, atau dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan di jasa cuci sepatu Sebelum Melangkah tidak muncul berdasarkan rekomendasi dari pelanggan atau tidak dipengaruhi oleh *Word Of Mouth*. Sedangkan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara parsial, dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan muncul karena kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Didapatkan variabel *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan secara bersamaan. Hasil riset ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang juga berpendapat bahwasanya terdapat pengaruh *Word Of Mouth* serta Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu riset yang diteliti oleh (Itasari, Hastuti dan Supriyadi, 2020).

## 5. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Word Of Mouth* di jasa cuci sepatu ini tidak berpengaruh dikarenakan belum dilaksanakan dengan maksimal. *Word Of Mouth* yang dilakukan masih dilakukan secara tidak sengaja atau tidak terstruktur dengan baik. Selain itu, Kualitas Pelayanan di jasa cuci sepatu ini menjadi daya tarik bagi pelanggan karena kualitas yang diberikan oleh jasa cuci sepatu Sebelum Melangkah baik maka pelanggan akan terus menggunakan

kembali jasa ini. Jasa cuci sepatu ini memiliki beberapa kelebihan seperti adanya layanan antar jemput tanpa biaya tambahan dan voucher gratis layanan bagi pelanggan yang memenuhi syarat. Kemudian untuk *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan dari jasa cuci sepatu Sebelum Melangkah akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian dan analisa data yang telah disajikan, maka saran yang direkomendasikan peneliti berlandaskan hasil penelitian yang diperoleh kesimpulan kepada jasa cuci sepatu Sebelum Melangkah diantaranya yaitu, Menganti variabel *Word Of Mouth* dengan variabel lain namun masih ada hubungan dengan media promosi. Meningkatkan kualitas pelayanan. Merekomendasikan jasa cuci sepatu Sebelum Melangkah kepada anggota keluarga. Menambah data demografi. Untuk peneliti berikutnya, diharapkan bisa melakukan penelitian di tempat yang sama maupun berbeda dengan variabel yang lain diluar kualitas pelayanan selain *Word Of Mouth*.

## 6. Daftar Rujukan

- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word Of Mouth*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Fatihudin, D. d. (2019). *Pemasaran Jasa*. Sleman: Deepublish.
- Fibriyadi, I. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Word Of Mouth "(Studi Kasus Program Lanjutan Di SBU LP3I Group)" Periode 2013 - 2014. *Jurnal Lentera Bisnis*, 5(1).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Itasari, A. A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth, Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication*, Vol. 5, No.2, December 2020, 260-271.
- Latief, R. (2018). *Word Of Mouth Communicatio*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia .
- Nashar. (2020). *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Prasetyo, T. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Word Of Mouth Penghuni Perumahan

- Karyawan (Studi Kasus Pada Departemen GFS PT. Vale Indonesia).
- Pratama, I. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Word Of Mouth (WOM) Masyarakat Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Dinas Pendapatan Daerah Pemerintah Kota Medan.
- Qomariah, N. (2021). *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung*. Jember: CV Pustaka Abadi.
- Saputro, A. N. (2022). *Manajemen Mutu Terpadu Untuk Pendidikan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Silalahi, C. (2020). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Laundry Sepatu Shoes and Care Pada Pelanggan Shoes and Care Store Medan.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV Pustaka Abadi.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.