

ABSTRAK

Paulyn Evelyn, 181010135, 2022, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Memilih Jasa Bridal di New York Art Medan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M., Pembimbing II: Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Memilih pada New York Art Bridal, mengetahui pengaruh *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Memilih pada New York Art Bridal, mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Memilih pada New York Art Bridal.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa dari New York Art Bridal selama periode 2020 sebanyak 384 konsumen. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 79 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Kepuasan Memilih = 7,126 + 0,639 Kualitas Pelayanan + 0,358 *Word of Mouth* + e.**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki nilai t_{hitung} (5,411) > t_{tabel} (1,991) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Memilih pada New York Art. Hasil analisis menunjukkan *Word of Mouth* memiliki nilai t_{hitung} (3,119) > t_{tabel} (1,991) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Memilih pada New York Art.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Memilih pada New York Art Bridal berdasarkan nilai F_{hitung} (69,862) > F_{tabel} (3,12) dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* secara simultan terhadap Kepuasan Memilih pada New York Art. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,638 artinya variabel Kepuasan Memilih dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* sebesar 63,8% sedangkan sisanya 36,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti harga, pengetahuan konsumen, komunikasi, lokasi, promosi dan berbagai variabel lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Word of Mouth*, Kepuasan Memilih

ABSTRACT

Paulyn Evelyn, 181010135, 2022, The Influence of Service Quality and Word of Mouth on Satisfaction in Choosing Bridal Services at New York Art Medan, STIE Eka Prasetya, Management Studies Program, Advisor I: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M., Advisor II: Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Sc.

This study aims to determine the effect of Service Quality on Voting Satisfaction at New York Art Bridal, determine the effect of Word of Mouth on Voting Satisfaction at New York Art Bridal, determine the effect of Service Quality and Word of Mouth on Voting Satisfaction at New York Art Bridal.

The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all consumers who use the services of New York Art Bridal during the 2020 period as many as 384 consumers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the total sample size is 79 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation of Choice Satisfaction = $7.126 + 0.639 \text{ Quality of Service} + 0.358 \text{ Word of Mouth} + e$.

The results of the research analysis show that Service Quality has a value of tcount (5.411) > ttable (1.991) with a significant level of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Service Quality on Voting Satisfaction in New York Art. The results of the analysis show that Word of Mouth has a value of tcount (3.119) > ttable (1.991) with a significant level of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Word of Mouth on Voting Satisfaction in New York Art.

The results showed that Service Quality and Word of Mouth had a positive and significant effect on Voting Satisfaction at New York Art Bridal based on the Fcount (69.862) > Ftable (3.12) with a significance of $0.00 < 0.05$ so it can be concluded that there is an effect which is significant between Service Quality and Word of Mouth simultaneously on Voting Satisfaction on New York Art. The results of this study are supported by the value of R Square (R²) or the coefficient of determination obtained is 0.638 which means that the variable of choosing satisfaction can be explained by the variable of Service Quality and Word of Mouth of 63.8% while the remaining 36.2% is influenced by other factors that come from outside this research model such as price, consumer knowledge, communication, location, promotion and various other variables.

Keywords: Service Quality, Word of Mouth, Choice Satisfaction.