

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Konsumen Cuci Mobil Lestari Car Wash di Gorontalo)

OLEH

DESI YUNITA SARI

NIM : 931 416 033

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Rizan Machmud, S.Kom., M.Si

NIP. 19830716 200912 1 006

Yulinda L Ismail, M.Si

NIP. 19760704 200501 2 002

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Rizan Machmud, S.Kom., M.Si

NIP. 19830716 200912 1 006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA
KONSUMEN CUCI MOBIL LESTARI CAR WASH DI GORONTALO)

Oleh
DESI YUNITA SARI
NIM. 931416033

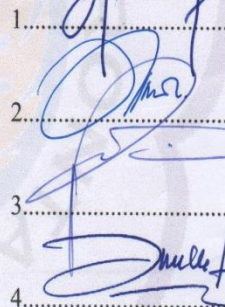
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Selasa, 02 Februari 2021
Waktu : 13:00:00

Penguji

1. Dr. HAPSAWATI TAAN, S.T., M.M
NIP.197602012005012004
2. ANDI JUANNA, S.Pd., M.Sc
NIP.198411262010121004
3. Dr. RIZAN MACHMUD, S.Kom, M.Si
NIP.198307162009121006
4. YULINDA L ISMAIL, M.Si
NIP.197607042005012002

1.....
2.....
3.....
4.....

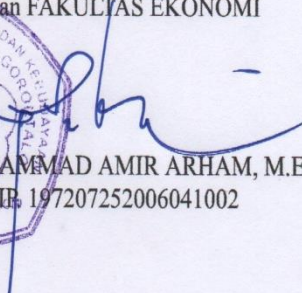


Mengetahui:

Dekan FAKULTAS EKONOMI



Dr. MUHAMMAD AMIR ARHAM, M.E.
NIP. 197207252006041002



ABSTRAK

DESI YUNITA SARI. 931 416 033. 2020. Pengaruh Kepercayaan Dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Study Kasus Pada Konsumen Cuci Mobil Lestari Car Wash di Gorontalo. Skripsi. Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, di bawah bimbingan Bapak **Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si.** dan Ibu **Yulinda L Ismail, S.Pd., M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari Kepercayaan (X_1), *Word Of Mouth* (X_2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada cuci mobil Lestari Car Wash di Gorontalo. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dari penyebaran angket dan data skunder dari data yang diperoleh di tempat penelitian serta daftar pustaka lainnya. Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan sebanyak 98 responden dari konsumen Lestari Car Wash. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda .

Berdasarkan hasil analisis secara parsial Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen cuci mobil di Lestari Car Wash, hal ini dikarenakan t_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari nilai t_{tabel} ($4,738 > 1,661$). Berdasarkan hasil analisis secara parsial *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada cuci mobil di Lestari Car Wash, hal ini dikarenakan t_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari nilai t_{tabel} ($16,273 > 1,661$). Sedangkan dari uji F, menunjukkan bahwa adanya hubungan secara simultan antara variabel X dan Y karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($759,426 > 3,09$).

Hasil nilai R Square sebesar 0,941. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 94,1% variabel Kepuasan Konsumen pada Lestari Car Wash Gorontalo dapat dijelaskan oleh Kepercayaan dan *Word Of Mouth*, sedangkan sisanya sebesar 5,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kepercayaan, Word Of Mouth, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

SARI, DESI YUNITA. 931 416 033. 2020. The Influence of Trust and Word of Mouth Marketing on Consumer Satisfaction (A Case Study on the Consumers of Lestari Car Wash in Gorontalo). Undergraduate Thesis. Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Gorontalo, Principal Supervisor: **Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si.** Co-Supervisor: **Yulinda L Ismail, S.Pd., M.Si.**

This study aimed to determine and analyze the influence of Trust (X_1) and Word of Mouth Marketing (X_2) on Customer Satisfaction (Y) at Lestari Car Wash in Gorontalo. The primary data sources were from questionnaires, while the secondary data sources were during research as well as a list of references. Primary data collection techniques in this study involved 98 respondents from consumers of Lestari Car Wash, while the data was analyzed using multiple linear regression analysis.

Based on the partial analysis findings, the variable of Trust had a significant effect on the Consumer's Satisfaction where T_{count} obtained greater value than T_{table} ($4,738 > 1,661$). Meanwhile, the Word Of Mouth Marketing significantly influenced the Consumer's Satisfaction in where T_{count} obtained greater value than T_{table} ($16,273 > 1,661$). Furthermore, the F test indicated that there was a simultaneous correlation between X and Y variables because the value of F_{count} was greater than F_{table} ($759,426 > 3,09$).

The results of the R-Square value attained 0.941. This value indicated that 94.1% variable of Consumer Satisfaction in LestariCar Wash was defined by Trust and Word Of Mouth Marketing. In comparison, the rest of 5.9% was influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Trust, Word Of Mouth, Consumer Satisfaction*

