

Impression of Product Quality, Product Design and Word of Mouth (Wom) on Customer Satisfaction of Samsung Mobile Phones in Sidoarjo. **[Impresi Kualitas Produk, Desain Produk Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo]**

Wicho Rahmatullah¹⁾, Lilik Indayani²⁾, Vera Firdaus³⁾, Herlinda Maya Kumala Sari⁴⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: 162010200232@umsida.ac.id

Abstract. *Impressions of Product Quality, Product Design and Word Of Mouth (Wom) on Customer Satisfaction of Samsung Mobile Phones in Sidoarjo. Faculty of Business, Law and Social Sciences. Muhammadiyah University of Sidoarjo. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, product design and word of mouth (WOM) on customer satisfaction for Samsung mobile phones in Sidoarjo on customer satisfaction for Samsung mobile phones in Sidoarjo. The approach used in this study was quantitative by distributing questionnaires to 96 respondents who were taken using one of the non-probability sampling techniques used, namely the accidental sampling technique. The data analysis technique used multiple linear regression of the IBM SPSS version 24 software program.*

Keywords –*Product Quality, Product Design, Word og Mouth, Customer Satisfaction .*

Abstrak. Impresi Kualitas Produk, Desain Produk Dan *Word Of Mouth (Wom)* Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo. Fakultas Bisnis, Hukum Dan Ilmu Sosial. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan *Word Of Mouth (Wom)* Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner (angket) kepada 96 responden yang diambil dengan salah satu teknik non *probability sampling* yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda program software IBM SPSS versi 24.

Kata Kunci – *Kualitas Produk, Desain Produk, Word of Mouth (Wom), Kepuasan Pelanggan.*

I. PENDAHULUAN

Sarana komunikasi merupakan sesuatu yang sangat penting dan dibutuhkan dalam kehidupan masyarakat. Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat alat komunikasi berubah menjadi kebutuhan primer bagi manusia. Perkembangan teknologi yang seperti ini yang telah membawa para pelaku dunia usaha ke dalam persaingan yang sangat ketat untuk merebutkan konsumen. Persaingan para produsen ponsel untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen telah menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan. Karena banyaknya produsen ponsel maka tidak menutup kemungkinan adanya persaingan yang sangat ketat diantara produsen ponsel untuk dapat memenangkan persaingan dengan jalan mengandalkan kelebihan teknologi, kualitas, serta berusaha untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dalam hal desain dan fitur yang digemari konsumen.

Peran ponsel pada saat ini tidak hanya sebagai alat untuk berkomunikasi dengan sekedar mengirim pesan dan telepon saja, tetapi ponsel kini telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat Indonesia. Ponsel yang memiliki fitur lengkap membuat setiap orang sangat bergantung pada ponselnya dimanapun mereka berada, seperti aplikasi media gambar, pemutar musik, *browser, twitter, facebook, media translater* dan lain sebagainya. Fitur-fitur dalam ponsel itulah yang akan mampu menciptakan tingkatan yang lebih tinggi bagi produk di mata konsumen. Tidak hanya fitur atau aplikasi yang terdapat dalam ponsel saja, tetapi tampilan luar juga sangat diperhatikan konsumen dalam mengambil keputusan. Memiliki model ponsel yang cantik dan warna yang menarik kadang juga menjadi opsi konsumen dalam memilih ponsel. Oleh karena itu, desain juga merupakan hal yang penting diperhatikan oleh para produsen ponsel. Semakin menarik tampilan luarnya dan beragam aplikasinya membuat ponsel semakin digemari oleh konsumen. Tetapi tidak semua merek produk dapat cocok dengan hati masyarakat. .

Samsung merupakan salah satu merek yang sangat terkenal di pasaran oleh masyarakat Indonesia pada umumnya. Samsung telah berhasil memimpin di pasaran, dan bisnis samsung telah berkembang di semua negara untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan perkembangan industri telekomunikasi di negara-negara tersebut termasuk Indonesia. Samsung sebagai merek yang sudah menjadi *leader* di pasaran ponsel Indonesia, akhir-akhir ini mengalami dampak dari perdagangan bebas antara Indonesia dengan Cina. Banyaknya produk ponsel Cina yang beredar di Indonesia semakin memperlemah penjualan Samsung. Selain bersaing dengan ponsel produk Cina, posisi Samsung yang di puncak kini terancam dengan vendor-vendor yang sedang berkembang pesat, berbekal sistem operasi yang lebih baru dan mutakhir mulai menggeser Samsung yang sudah tua.

Menurut laporan Firma Riset Conterpoint yang dikutip dari Kompas.com oleh Conney Stephanie pada 7 septemberr 2020 pukul 10.07 WIB, Indonesia menjadi salah satu pasar ponsel yang sedang berkembang dan di dominasi oleh merek *smartphone* dengan vendor asal china. Sedangkan merek Samsung sendiri dipegang oleh vendor Korea selatan. Hasil dari riset Conterpoint menunjukkan bahwa vendor *smartphone* asal china menguasai 73,3% dari total pengiriman *shipment smartphone* di Indonesia.

“Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.[1] Dari segi desain produk, Samsung memiliki bentuk yang *slim* (tipis) dan unik serta tidak terlalu besar dan berat. Hal ini dimaksudkan agar mudah untuk dibawa. Selain itu *body* Samsung menggunakan layar *amoled* yang jernih dan anti pecah. Lee-Kun Hee, ketua Samsung Grup mengatakan Samsung saat ini telah memiliki lebih dari 1600 desainer (shifitindonesia.com). namun desain produk Hp Samsung saat ini lebih banyak pakai material plastik,tapi Desain Produknya mahal, contohnya seri A sehingga kepuasan pelanggan menjadi rendah. *Word Of Mouth* (WOM) merupakan suatu proses dari komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun secara berkelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal [2]. Dilihat dari *word of mouth*, Samsung sudah pastinya merupakan *brand* yang terkenal yang memiliki nama baik pada konsumen, salah satunya produk *handphone* yang sudah diproduksi, namun dengan adanya kelemahan pada kualitas produk dan desain produk pada samsung akan membuat pelanggan membandingkannya dengan merk lain sehingga sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perasaan senang atau kecewa seseorang yang ditimbulkan karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Jika hasil produk gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika hasil produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika hasil produk melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas atau senang. Berdasarkan dari uraian diatas dengan adanya indikasi menurunnya kepuasan pelanggan yang dilihat dari kualitas produk dan desain produk maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian, selain itu ada beberapa hasil yang berbeda (*inkonsisten*) terkait dengan variabel yang diteliti yaitu kualitas produk, desain produk dan *word of mouth* (WOM) terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian terdahulu yang disebut *research gap*:

Hasil penelitian [3] menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan . Hasil berbeda ditunjukkan dari hasil penelitian [4] yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk tidak memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Jumlah respon yang digunakan oleh penelitian Izzuddin dan Muhsin (2020) hanya 66 orang sehingga ini menjadi celah penelitian saat ini yakni jumlah responden yang lebih besar sebanyak 96 orang. Penelitian terdahulu [3] menunjukkan bahwa desain produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan penelitian dari [5] (2020) yang menunjukkan bahwa desain produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitian [5] tidak melakukan uji prasyarat regresi yakni uji asumsi klasik padahal analisa data yang menggunakan software SPSS wajib melakukan uji asumsi klasik sehingga ini menjadi celah penelitian saat ini yakni melakukan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian [6] diperoleh hasil bahwa *word of mouth* (WOM) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan hasil berbeda ditunjukkan dari hasil penelitian. Penelitian [7] yang diperoleh hasil bahwa *word of mouth* (WOM) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh [7] menggunakan metode pengambilan sampel *simple random sampling* yang menentukan sampel secara acak. Hal ini dapat dijadikan celah bagi peneliti karena pada penelitian terdahulu menggunakan teknik menggunakan metode pengambilan sampel *simple random sampling* yang menentukan sampel secara acak sehingga diperlukan waktu beberapa hari untuk menyebarkan kuesioner. Hal ini dapat dijadikan celah bagi peneliti karena pada penelitian ini menggunakan teknik *Accidental sampling*, sehingga kuisieoner dibagikan kepada sejumlah responden yang dibutuhkan dalam 1 waktu yakni responden yang memiliki *handphone* samsung dan memiliki KTP Sidoarjo.

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian terdahulu maka peneliti akan meneliti dengan variabel yang sama namun dengan locus yang berbeda di bidang pemasaran yang memusatkan pada Kualitas Produk, Desain Produk dan *Word of Mouth* (WOM) pada ruang lingkup Pelanggan di Sidoarjo. Maka peneliti mengangkat

judul “**Impresi Kualitas Produk, Desain Produk Dan *Word Of Mouth* (Wom) Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo.**”

Literatur View

a. Kualitas Produk

[8] Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki. Indikator kualitas produk [1] yaitu kekuatan fisik, dimana produk memiliki daya tahan yang kuat tidak mudah pecah atau rusak dengan pukulan maupun gesekan, ciri-ciri produk (*features*) dimana karakteristik sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya, kinerja (*performance*) dimana berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut, ketepatan / kesesuaian (*conformance*) dimana berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan dan ketahanan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.

b. Desain Produk

[2] Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan”sedangkan indikator desain produk [2] yaitu bentuk dimana produk dapat diferensiasikan berdasarkan bentuk, ukuran, dan struktur fisik produk, fitur dimana variasi yang ditawarkan juga bervariasi, *up to date* dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi kebutuhan untuk saat ini, gaya / style, dimana kelebihan dari *style* dalam menciptakan perbedaan yang sulit ditiru. dan kehandalan dimana suatu produk dikatakan baik akan memiliki keandalan sehingga dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama

c. *Word Of Mouth* (WOM)

[2] *Word Of Mouth* (WOM) merupakan suatu proses dari komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun secara berkelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal, indikator *word of mouth* (WOM) [9] yaitu mendapatkan informasi dimana konsumen dengan mudah mengakses atau mencari informasi seputar produk dan perusahaan yang menciptakan sehingga mudah dikenal pelanggan, mendapatkan rekomendasi dari orang lain dimana Pelanggan yang merasa puas akan dengan sendirinya menceritakan pengalaman dan perasaannya kepada orang lain, membicarakan produk dimana keinginan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas produk kepada orang lain, dan menumbuhkan (mendorong) motivasi dimana dorongan terhadap orang lain untuk berbagi pengalaman maka pelanggan ingin menceritakan pengalaman kepada orang lain agar orang lain tahu antara informasi yang diterima dengan pelanggan.

d. Kepuasan pelanggan

[1] Kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Indikator kepuasan pelanggan yaitu [9] yaitu reputasi dimana pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, kualitas pelayanan dimana pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan, emosional dimana pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap pelanggan bila menggunakan produk jasa dengan pelayanan tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi, harga dimana Produk yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya, dan biaya dimana pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan misalnya biaya garansi.

Penelitian Terdahulu

Beberapa peneliti berikut ini menemukan bahwa kualitas produk, desain produk dan *word of mouth* (WOM) mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain penelitian [3] dimana kualitas produk dan desain produk berpengaruh terhadap kepuasan dan penelitian [6] yang mendapatkan hasil berpengaruh terhadap kepuasan.

Rumusan Masalah : Penerapan Kualitas Produk, Desain Produk Dan *Word Of Mouth* (WOM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo.

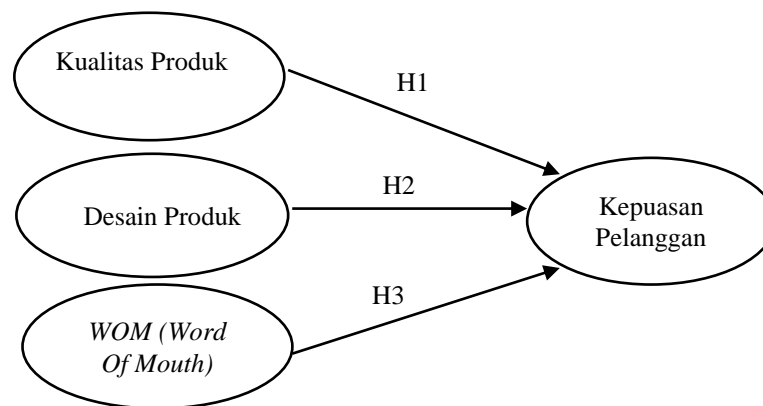
Pertanyaan Penelitian : Apakah ada impresi Kualitas Produk, Desain Produk dan *WOM* (*Word Of Mouth*) terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo.

Kategori SDGs : Termasuk didalam kategori SDGs 9 yaitu *Industry, Innovation and Infrastructure*.

II. METODE

Kerangka Konseptual

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat, yaitu Kualitas Produk, Desain Produk Dan *Word Of Mouth* (Wom) sebagai variabel bebas . Dalam memberikan kemudahan informasi tentang kerangka konseptual penelitian, dapat dilihat pada gambar 1:



Gambar 1. Kerangka konseptual

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan pokok permasalahan diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1: Menghasilkan pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan *Handphone* Samsung

H2: Menghasilkan pengaruh Desain Produk terhadap Kepuasan Pelanggan *Handphone* Samsung.

H3: Menghasilkan pengaruh *WOM (Word Of Mouth)* terhadap Kepuasan Pelanggan *Handphone* Samsung.

Jenis Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh hasil yang sebenar-benarnya serta informasi pengetahuan yang memiliki sifat objektif dalam mengikuti kebijakan metodologi penelitian yang telah dipraktikkan. Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif, karena penelitian ini menggunakan data berupa angka yang nantinya dianalisis menggunakan alat statistik [8]. Maksud dari penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif bertujuan untuk membuktikan apakah antar variabel memiliki hubungan yang berpengaruh atau tidak serta meningkatkan teori dan hipotesis yang berhubungan dengan munculnya fenomena alam yang terjadi.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Kabupaten Sidoarjo-Jawa Timur. Pemilihan lokasi dilakukan karena banyaknya Konter yang menjual *handphone* samsung yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya sehingga sesuai dengan variabel yang diteliti yaitu kualitas produk, desain produk dan word of mouth terhadap kepuasan pelanggan..

Populasi dan Sampel

Populasi

populasi merupakan suatu hal yang telah ditetapkan oleh peneliti yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas yang berbeda untuk dijadikan bagian dari penelitian. populasi yang digunakan adalah seluruh responden yang berada di Sidoarjo dan memiliki *handphone* samsung yang ada di Sidoarjo.

Sampel

Pengumpulan sampel pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan teknik *nonprobability* sampling dengan teknik pengambilan sampel teknik *sampling accidental* adalah teknik pengambilan sampel secara kebetulan atau tersedia disuatu tempat sesuai dengan konteks penelitian. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *unknown population* [11]. Hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus perhitungannya yaitu:

$$n = \frac{pq}{\alpha p^2}$$

$$n = \frac{0,5 \times 0,5}{0,051^2}$$

$$n = \frac{0,25}{0,0026} = 96,15$$

Dengan: n: sampel

n = Jumlah sampel

pq = ukuran penyebaran sampel, karena populasi tidak diketahui maka p dan q diasumsikan 0,5

σp = kesalahan proporsi standar $(0,1/1,96) = 0,051$

Dari hasil perhitungan menunjukkan angka desimal 96,15 responden Sehingga angka dibulatkan kebawah yakni responden dalam peneliitian ini berjumlah 96 orang

Jenis Dan Sumber Data

Jenis Data, Penelitian ini mempergunakan jenis data kuantitatif, yaitu data penelitian yang berupa angka yang akan di analisis dengan menggunakan statistik [11].

Data Primer

Data primer pada penelitian ini berasal dari data jawaban dari responden mengenai Kualitas Produk , Desain Produk dan *WOM (Word Of Mouth)* terhadap Kepuasan *Handphone* Samsung di Sidoarjo.

Data Sekunder

[11] Memaparkan bahwa data sekunder adalah sumber data yang tidak menerima dengan cara langsung dari tempat penelitian dilaksanakan. Data sekunder pada penelitian yang dilakukan ini didapatkan dari jurnal penelitian terdahulu yang masih berkaitan pada penelitian yang dilakukan.

Sumber Data, Sumber data merupakan subyek dari data mana yang diperoleh. [11] Dalam Penelitian ini menggunakan sumber data primer yaitu : Data Primer, Data primer adalah sebuah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama pada objek penelitian. Data primer penelitian ini bersumber dari data responden didapatkan dari mengumpulkan kuisioner kepada responden yang memiliki handphone samsung di Sidoarjo.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian yang dilakukan ini pengumpulan datanya menggunakan kuisioner sesuai kriteria antara tingkat atau skala pengukuran dalam pengumpulan data. [11] Kuisioner merupakan metode dalam mengumpulkan data berupa pertanyaan tertulis dalam sifat tertutup maupun terbuka yang diberikan kepada seorang responden secara langsung atau melalui media sosial dan ditujukan untuk dijawab sesuai dengan keinginan responden yang bertujuan untuk menggali informasi yang berhubungan dengan variabel (X), dan variabel (Y). Variabel tersebut akan diukur mrnggunakan skala Likert yang diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. kemudian indikator tersebut dipilih sebagai tolak ukur untuk menyusun item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, maka setiap jawaban diberi skor sebagai berikut :

Uji Instrumen

Uji Validitas

[9] Valid memiliki arti instrument yang bisa dipakai dalam mengukur pada suatu penelitian, sedangkan validitas merupakan alat ukur yang dapat membuktikan tingkat keabsahan (validitas). Dalam suatu penelitian dan uji validitas variabel atau indikator dari setiap pertanyaan dapat dikatakan valid apabila rhitung positif dan juga rhitung >construck 0,3.

Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan dalam menghitung pertanyaan pada kuisioner yang disebar untuk mengetahui apakah variabel yang akan diteliti dan yang dapat dinyatakan reliabel. Bisa dikatakan, reliabilitas membuktikan korelasi alat ukur yang dipergunakan untuk mengukur suatu gejala yang sama pada penelitian dengan syarat *cronbach alpha* > 0,6

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas memiliki tujuan dalam penelitian untuk mengetahui apakah variabel residual memiliki distribusi normal dalam model regresi [12]. Pada uji kolmogrov smirnov data akan dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai monte carlo sig (2-tailed) diatas 0,05..

Uji Linearitas

Uji Lineartias dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas dan tidak memiliki keterkaitan sehingga membentuk garis lurus atau tidak. Pada penelitian ini, untuk mengamati nilai signifikansi pada uji linieritas menggunakan *test for linearity* dengan pada taraf signifikasi 0,05. Sehingga

kedua variabel bisa dikatakan mempunyai hubungan yang linier harus memperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 untuk taraf kesalahan 5%

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan dalam penelitian yaitu mendeteksi dalam model regresi linier apakah akan ada hubungan korelasi antara pengganggu pada periode t dan kesalahan pada periode t-1 [1]. Uji Autokorelasi bisa dilakukan dengan menggunakan pengujian pada uji Durbin-Watson (DW). Apabila nilai Durbin Watson (DW) dibawah 5 maka tidak terjadi autokorelasi.

Uji Multikolinieritas.

Uji multikolinieritas dirancang untuk menguji apakah suatu model regresi menemukan korelasi antara variabel bebas (independen). Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan inversnya serta variance inflation factor (VIF). Nilai yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10. Jika besarnya nilai VIF lebih kecil dari 10 (<10), ini memberi indikasi tidak ada problem multikolinieritas, demikian pula sebaliknya

Uji Heteroskedastisitas

[12] Uji heteroskedastisitas dirancang untuk menguji varians yang tidak sama pada residual satu pengamatan dalam model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada scatterplot uji multikolinieritas, dipenuhi syarat sebagai berikut: Jika terdapat pola tertentu, seperti pola titik-titik tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, lalu menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, dan titik-titik terdistribusi di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan linier antara dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel terikat (Y). Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen, apakah nilai variabel independen meningkat atau menurun, dan untuk menentukan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berkorelasi positif atau negatif. . Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

[13] Pengujian ini digunakan untuk menguji signifikansi (signifikansi) pengaruh masing-masing variabel independen Kualitas Produk (X_1), Desain Produk (X_2) dan karakteristik layanan (X_3) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk menguji hipotesis mengenai adanya pengaruh maka dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} . Jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan berpengaruh.

Uji korelasi berganda (R^2)

Pengujian ini digunakan untuk menghitung tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat [14]. Jangkauan nilai R ialah sebesar antara 0 dan 1. Semakin mendekati 1 berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat menjadi semakin kuat dan sebaliknya.

Uji Korelasi determinan berganda (R)

Pengujian ini digunakan untuk menghitung kemampuan model regresi dalam menjelaskan perubahan variabel tergantung akibat variasi variabel bebas [15]. Bila nilai R^2 semakin mendekati nilai 1 atau 100% berarti semakin baik model regresi tersebut dalam menjelaskan variabilitas atau variasi variabel.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data dan Hasil Penelitian

Analisis Deskriptive

Pengklasifikasian Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo dipengaruhi oleh Kualitas Produk. Hal ini dapat dilihat berdasarkan persentase kuesioner yang ditanggapi oleh 96 karyawan. Berikut ini rata-rata persentase butir pernyataan setiap variabel :

Tabel 1. Persentase Variabel Kualitas Produk

No.	Indikator Kualitas Produk	%
1.	<i>Handphone</i> Samsung memiliki material fisik yang kuat	60%
2.	<i>Handphone</i> Samsung memiliki ciri ciri yang unik dibanding <i>handphone</i> lain yaitu LCD berjenis amoled	56%
3.	Kinerja sistem di <i>handphone</i> samsung terbukti tangguh terbukti dari jarang terjadi eror dengan chipset snapdragon android minimal versi 9	59%
4.	Spesifikasi <i>handphone</i> samsung sangat bervariasi mulai dari ram 2 gb hingga 8 gb	57%
5.	<i>Handphone</i> Samsung memiliki ketahanan fisik yang tidak mudah pecah	60%
Rata-rata		58,4%

Berdasarkan tabel diatas variabel Kualitas Produk pada pernyataan “*Handphone* Samsung memiliki material fisik yang kuat” termasuk kategori cukup baik (60%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator kekuan fisik cukup baik, pada pernyataan *handphone* Samsung memiliki ciri ciri yang unik dibanding *handphone* lain yaitu LCD berjenis amoled termasuk kategori cukup baik (56%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator Ciri-ciri produk (*Features*) cukup baik, pada pernyataan Kinerja sistem di *handphone* samsung terbukti tangguh terbukti dari jarang terjadi eror dengan *chipset snapdragon* android minimal versi 9 termasuk kategori cukup baik (59%), Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator Kinerja (*Performance*) cukup baik, pada pernyataan “Spesifikasi *handphone* samsung sangat bervariasi mulai dari ram 2 gb hingga 8 gb” termasuk kategori cukup baik (57%) Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator Ketepatan atau kesesuaian (*Conformance*) cukup baik dan pernyataan “*Handphone* Samsung memiliki ketahanan fisik yang tidak mudah pecah” termasuk kategori cukup baik (60%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator Ketahanan (*Durability*) cukup baik. kesimpulannya pada variabel kualitas produk merupakan kategori cukup baik dengan persentase rata-rata 58,4%. Berikut ini persentase variabel Desain Produk (X₂):

Tabel 2. Persentase variabel Desain Produk (X₂)

No.	Indikator Desain Produk	%
1.	Desain tampilan fisik <i>handphone</i> Samsung sangat elegan dengan bentuk yang ramping	55%
2.	<i>Handphone</i> samsung memiliki fitur yang lengkap seperti remote control dan anycast yang portable dengan elektronik lain	56%
3.	<i>Handphone</i> Samsung <i>up to date</i> dengan perkembangan teknologi dengan android terbaru versi 12	63%
4.	<i>Handphone</i> Samsung memiliki desain style masa kini dengan kamera flip dan pop up	54%
5.	<i>Handphone</i> Samsung memiliki ketahanan yang lebih lama digunakan dengan spart part bergaransi 1 tahun	58%
Rata-rata		57,2%

Berdasarkan tabel diatas Desain Produk termasuk kategori cukup baik dengan nilai rata-rata (57,2%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator bentuk dengan pernyataan “Desain tampilan fisik *handphone* Samsung sangat elegan dengan bentuk yang ramping” dengan persentase 55%, indikator fitur dengan pernyataan “*Handphone* samsung memiliki fitur yang lengkap seperti remote control dan anycast yang portable dengan elektronik lain” dengan persentase 56%, indikator *up to date* dengan pernyataan *Handphone* Samsung *up to date* dengan perkembangan teknologi dengan android terbaru versi 12 memiliki persentase 63%, indikator style dengan pernyataan *handphone* Samsung memiliki desain style masa kini dengan kamera flip dan *pop up*” memiliki persentase 54%, indikator kehandalan dengan pernyataan kuesioner “*Handphone* Samsung memiliki ketahanan yang lebih lama digunakan dengan spart part bergaransi 1 tahun” memiliki persentase 58%. Berikut ini penilaian tanggapan responden pada variabel *Word of mouth*/WOM:

Tabel 3. Persentase variabel *Word of mouth/WOM* (X₃)

No.	Indikator Desain Produk	%
1.	Saya memperoleh informasi mengenai <i>handphone</i> Samsung dari teman	67%
2.	Saya direkomendasi teman ntuk membeli <i>handphone</i> Samsung	69%
3.	Saya mengetahui keunggulan <i>handphone</i> Samsung dari teman	61%
4.	Saya puas menggunakan <i>handphone</i> Samsung sehingga saya mendorong orang lain untuk membeli <i>handphone</i> Samsung	62%
Rata-rata		64,75%

Berdasarkan tabel diatas *Word of mouth/WOM* termasuk kategori cukup baik dengan nilai rata-rata (57,2%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator mendapatkan informasi dengan pernyataan kuesiioner “Saya memperoleh informasi mengenai *handphone* Samsung dari teman” dengan persentase 67%, indikator kualitas pelayanan dengan pernyataan kuesioner “Saya direkomendasi teman ntuk membeli *handphone* Samsung” memiliki persentase 69%, indikator membicarakan produk dengan pernyataan kuesioner “ Saya mengetahui keunggulan *handphone* Samsung dari teman” memiliki persentase 61% dan indikator menumbuhkan atau mendorong motivasi dengan pernyataan kuesioner “Saya puas menggunakan *handphone* Samsung sehingga saya mendorong orang lain untuk membeli *handphone* Samsung” yang memperoleh nilai 62%. Berikut ini penilaian tanggapan responden variabel Kepuasan Pelanggan:

Tabel 4. Persentase variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Indikator Kepuasan Pelanggan	%
1.	<i>Handphone</i> Samsung memiliki reputasi baik karena merupakan salah satu <i>top brand</i>	69%
2.	Saya puas atas pelayanan yang diberikan oleh penjual <i>handphone</i> Samsung	59%
3.	Saya bangga memiliki <i>Handphone</i> Samsung karena bisa meningkatkan nilai sosial saya di masyarakat	57%
4.	Saya puas dengan harga <i>handphone</i> Samsung karena bervariasi dari harga ekonomis hingga mahal	65%
5.	Saya puas dengan <i>handphone</i> Samsung karena ada garansi sehingga tidak perlu biaya lagi jika ada perbaikan dalam waktu 1 tahun tersebut	66%
Rata-rata		63,2%

Berdasarkan tabel diatas Kepuasan Pelanggan termasuk dalam kategori cukup baik dengan rata-rata nilai persentase 63,2% termasuk kategori cukup baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator reputasi dengan pernyataan “*Handphone* Samsung memiliki reputasi baik karena merupakan salah satu *top brand*” memiliki nilai 69%, indikator kualitas pelayanan dengan pernyataan kuesioner “Saya puas atas pelayanan yang diberikan oleh penjual *handphone* Samsung” memperoleh persentase 59%, indikator emosional dengan pernyataan kuesioner “Saya bangga memiliki *Handphone* Samsung karena bisa meningkatkan nilai sosial saya di masyarakat” memperoleh nilai 57%, indikator harga dengan pernyataan kuesioner “ Saya puas dengan harga *handphone* Samsung karena bervariasi dari harga ekonomis hingga mahal memperoleh nilai 65% dan indikator biaya dengan pernyataan kuesioner Saya puas dengan *handphone* Samsung karena ada garansi sehingga tidak perlu biaya lagi jika ada perbaikan dalam waktu 1 tahun tersebut memperoleh nilai 66%.

Uji Keabsahan Data Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Butir Pernyataan Kuesioner

Variabel	Item Variabel	r-hitung	Construck	Keterangan
Kualitas Produk	X _{1.1}	.943	0,30	Valid
	X _{1.2}	.892		Valid
	X _{1.3}	.918		Valid
	X _{1.4}	.903		Valid
	X _{1.5}	.624		Valid
Desain Produk	X _{2.1}	.821	0,30	Valid
	X _{2.2}	.876		Valid
	X _{2.3}	.826		Valid
	X _{2.4}	.775		Valid
	X _{2.5}	.640		Valid
Word Of Mouth	X _{3.1}	.917		Valid
	X _{3.2}	.791		Valid
	X _{3.3}	.886		Valid
	X _{3.4}	.805		Valid
Kepuasan Pelanggan	Y _{1.1}	.628	0,30	Valid
	Y _{1.2}	.719		Valid
	Y _{1.3}	.647		Valid
	Y _{1.4}	.809		Valid
	Y _{1.5}	.709		Valid

Pada hasil uji validitas menyatakan bahwa seluruh butir pernyataan kuesioner dari variabel (X) dan variabel X₁, X₂ dan Y memiliki nilai koefesien korelasi diatas 0,30 (>0,30) sehingga dapat dikatakan bahwa *item* pernyataan kuesioner dari variabel (X) dan Variabel (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Nilai Reliabilitas	Crombach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,909	0,6	Reliabel
Desain Produk (X ₂)	0,848	0,6	Reliabel
Word of Mouth (X ₃)	0,873	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan(Y)	0,744	0,6	Reliabel

[4] Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan *cronbach alpha* diketahui variabel instrumen memiliki *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6. Sebuah variabel dikatakan reliabel apabila *cronbach alpha* > 0,6. Tabel diatas menjelaskan bahwa nilai *cronbach alpha* pada variabel Kualitas Produk adalah 0,909, nilai *cronbach alpha* pada variabel Desain Produk adalah 0,848, *Word of Mouth* nilai *cronbach alpha* 0,873 dan nilai *cronbach Alpha* pada variabel Kepuasan Pelanggan adalah 0,776, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X₁, X₂, dan Y reliabel. Dengan demikian seluruh variabel instrumen dalam penelitian ini reliabel atau semua variabel X dan Y dapat digunakan kembali secara berulang-ulang.

Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam menguji pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Kepuasan Pelanggan, maka digunakan analisis regresi berganda yang dilaksanakan dengan bantuan program IBM Statistic SPSS versi 24 sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Constant dan Variabel	Koefisien regresi		Uji parsial (t)		Colinearity Statistics	
	B	Std. Error	t	Sig	Tolerance	VIF
(Constant)	3,456	0,819	4,220	0,000		
Kualitas Produk (X_1)	0,309	0,063	4,860	0,000	0,465	2,149
Desain Produk (X_2)	0,182	0,059	3,086	0,003	0,589	1,699
Word of Mouth (X_3)	0,408	0,086	4,762	0,000	0,446	2,242
N : 96		R	: 0,858			
Uji F : 85,741		Adjust R Square	: 0,728			
Uji Normalitas: Monte Carlo Sig. (2-tailed) = 0,352						
Durbin Watson= 1,880						
Test of Linierity Sig: 0,05, Uji Heterokedastisitas tidak terjadi						
Regresi: $Y = 3,456 + 0,309 X_1 + 0,182 X_2 + 0,408 X_3$						
Predictors : (contans), Kualitas Produk (X_1), Desain Produk (X_2), Word of Mouth/WOM (X_3), Kepuasan Pelanggan (Y)						

Sumber: olah data IBM Statistic SPSS Versi 24, 2023

Pada uji hipotesis ini menggunakan uji t (parsial) dari persamaan regresi linier berganda $Y = 3,456 + 0,309 X_1 + 0,182 X_2 + 0,408 X_3$ yang dipergunakan untuk mengukur tingkat pengaruh signifikansi secara parsial (sendiri-sendiri) antara variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan(Y). Dengan $df = n-k-1 = 96-3-1 = 92$ sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 1,661. Hasil perhitungan Uji t (parsial) yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 24, variabel Kualitas Produk (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,860, Sehingga Nilai t_{hitung} ini lebih besar ($>$) dari pada nilai t_{tabel} yaitu 1,661. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,000. Jadi, nilai signifikansi ini lebih kecil ($<$) dari pada nilai α yaitu 0,05. Karena ($t_{hitung} > t_{tabel} = 4,860 > 1,661$) dan ($sig < \alpha = 0,000 < 0,05$) artinya variabel independen yaitu Kualitas Produk (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan(Y).

Perhitungan Uji t yang dilakukan dengan bantuan program SPSS di atas, variabel Desain Produk (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,086, Sehingga Nilai t_{hitung} ini lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yaitu 1,661. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,003. Jadi, hingga nilai signifikansi ini lebih kecil dari pada nilai α yaitu 0,05. Karena ($t_{hitung} > t_{tabel} = 3,086 > 1,661$) dan ($sig < \alpha = 0,003 < 0,05$) artinya variabel independen yaitu Desain Produk (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan(Y).

Perhitungan Uji t yang dilakukan dengan bantuan program SPSS di atas, variabel Word of Mouth/WOM (X_3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,672 Sehingga Nilai t_{hitung} ini lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yaitu 1,661. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,000. Jadi, hingga nilai signifikansi ini lebih kecil dari pada nilai α yaitu 0,05. Karena ($t_{hitung} > t_{tabel} = 4,672 > 1,661$) dan ($sig < \alpha = 0,003 < 0,05$) artinya variabel independen yaitu Desain Produk (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan(Y).

Berdasarkan hasil penelitian ditetapkan $df_1 = 2$ dan $df_2 = n-k-1$, dimana n merupakan jumlah sampel dan k merupakan variabel bebas sehingga $df_2 = n-k-1 = 96-3-1 = 92$ dan tingkat taraf signifika 5% (0,05), maka nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($85,741 > 2,70$), dan Diperkuat dengan nilai signifikan ($0,00 < 0,05$), Kualitas Produk (X_1), Desain Produk (X_2) dan *word of mouth*/WOM (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat yakni Kepuasan Pelanggan (Y).

Pada uji normalitas kolmogrov didapatkan hasil nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) = 0,352, sehingga nilai tersebut memenuhi syarat uji normal yaitu lebih besar dari 0,05 sedangkan nilai durbin waston kurang dari 5 yaitu 1,880 sehingga nilai tersebut lebih kecil dari 5, maka artinya tidak terjadi autokorelasi, pada uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance diatas 0,1 yaitu Kualitas Produk (X_1): 0,465 atau 0,4, Desain Produk (X_2): 0,589 atau 0,5 dan *word of mouth*/WOM (X_3) : 0,446 atau 0,4 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 yaitu Kualitas Produk (X_1): 2,149 atau 2,1, Desain Produk (X_2): 1,699 atau 1,6 dan *word of mouth*/WOM (X_3) : 2,242 atau 2,2. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji linieritas menunjukkan nilai signifikansi 0,00 sehingga data berdistribusi linier dan uji heterokedastisitas tidak terjadi karena data menyebar.

Syarat dari nilai koefisien korelasi berganda Jangkauan nilai R adalah bekisar antara 0 dan 1. Semakin mendekati 1 (satu) maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kuat. Artinya variabel Kualitas Produk, Desain Produk dan *word of mouth*/WOM memiliki hubungan yang kuat

terhadap kepuasan pelanggan. Analisis korelasi berganda (R) adalah 0,858 atau mendekati 1. Artinya terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat sedangkan Koefisien determinasi berganda Adjusted R Squared artinya R_{square} yang disesuaikan. Dalam penelitian ini besarnya Adjusted R Square atau R_2 (Koefisien Determinasi Berganda) adalah sebesar 0,728.

B. Pembahasan

Berlandaskan pengujian dari regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

Hipotesis Pertama: ada pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo yang akan diuraikan dibawah ini:

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Kepuasan Pelanggan didapatkan ketika konsumen tidak hanya membeli satu kali dalam suatu produk tapi berkali-kali membeli produk setelah mendapatkan manfaat, merasakan fungsi dalam menggunakan suatu produk, sehingga kualitas produk tersebut sesuai dengan keinginan konsumen. Kepuasan Pelanggan ini bermula dengan tanggapannya terhadap kualitas *handphone* samsung memiliki material fisik yang kuat sehingga tidak mudah pecah, selain itu *Handphone* Samsung memiliki reputasi baik karena merupakan salah satu *top brand* sehingga pelanggan merasakan kepuasan saat menggunakan *handphone* samsung. Penelitian ini sejalan dengan penelitian [3] menyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan dengan judul penelitian Pengaruh desain produk, kualitas produk, citra merek, harga terhadap kepuasan konsumen susu Dancow Di Kota dan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian [4] yang mendapatkan hasil penelitian kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan.

Realita terjadinya Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Produk ini dipaparkan dalam teori dari [1] kepuasan konsumen tergantung hasil dari kualitas produk perusahaan, karena jika semakin tinggi tingkat kualitas produk, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan. Karena peran kualitas produk sangat menentukan keinginan konsumen tersebut sehingga kualitas produk akan tercapai suatu kepuasan tersendiri bagi konsumen. Kualitas Produk yang terkenal dan diyakini banyak konsumen terhadap suatu merek sangat bervariasi tergantung pada persepsi masing-masing individu. Apabila suatu produk memiliki Kualitas Produk yang baik dan diyakini oleh banyaknya pelanggan yang menggunakan, maka pelanggan akan berkomentar baik terhadap produk tersebut sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya, maka dengan sendirinya akan menumbuhkan kepuasan pelanggan akan produk yang ditawarkan. Sebaliknya jika kualitas produk suatu produk buruk menurut pelanggan yang pernah menggunakan *handphone* samsung, maka Kepuasan Pelanggan terhadap produk tersebut akan berkurang dan beralih untuk membeli produk lain.

Hipotesis Kedua: ada pengaruh Desain Produk secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo yang akan diuraikan dibawah ini:

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Desain Produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Sesuai dengan teori yang menjelaskan desain sebagai hubungan antara benda (barang) dengan suatu keadaan atau kondisi tertentu dengan tujuan memberikan suatu kepuasan bagi pengguna produk tertentu. Ini berarti bahwa jika desain produk telah baik dimata konsumen maka akan memberikan dampak yang positif pada kepuasan konsumen. desain produk seperti, model, gaya yang menarik, variasi bahan, dan *up to date* atau mengikuti *trend* yang sedang diminati masyarakat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian [3] menyatakan desain produk berpengaruh terhadap kepuasan dimana Kepuasan Pelanggan, tentunya para konsumen telah banyak melakukan transaksi pembelian yang berulang. Pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti iklan, citra merek produk, Desain Produk yang ditawarkan dan lain sebagainya. Tinggi dan rendahnya Desain Produk pada suatu produk selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari produk yang mereka butuhkan, sehingga Desain Produk yang ditawarkan kepada konsumen menjadi pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang atau menggunakan suatu jasa. berdasarkan kebiasaan (rutinitas) para konsumen, strategi penetapan Desain Produk sangat berpengaruh penting terhadap penjualan maupun pemasaran. dan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian [5] yang mendapatkan hasil bahwa desain produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan.

Hipotesis Ketiga: ada pengaruh Word Of Mouth (WOM) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo yang akan diuraikan dibawah ini:

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Word Of Mouth* (WOM) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Sesuai dengan teori yang menjelaskan *Word Of Mouth* (WOM) Pelanggan yang merasakan kepuasan akan produk yang telah digunakannya akan memberikan rekomendasi positif dari teman, keluarga, atau sahabat akan berdampak pada kepuasan yang

mereka capai, karena harapan dan keinginan yang telah dipenuhi dari informasi yang diperoleh lebih bersifat positif dan dapat dipercaya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari [6] yang menyatakan *Word Of Mouth* (WOM) berpengaruh terhadap kepuasan dan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian [5] yang mendapatkan hasil bahwa *Word Of Mouth* (WOM) tidak berpengaruh terhadap kepuasan.

Fenomena tersebut sesuai dengan teori dari [2] menyatakan *Word Of Mouth* (WOM) merupakan suatu proses dari komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun secara berkelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal.

IV. SIMPULAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta mengacu pada perumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa : Variabel Kualitas Produk (X_1) mempunyai pengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap Kepuasan Pelanggan *Handphone* Samsung Di Sidoarjo". Relevan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Desain Produk (X_2) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Kepuasan Pelanggan *Handphone* Samsung Di Sidoarjo. Relevan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel Desain Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Word Of Mouth/WOM* (X_3) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan *Handphone* Samsung Di Sidoarjo. Hasil ini relevan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel *Word Of Mouth/WOM* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi. Semoga penelitian yang sederhana ini dapat menambah pengetahuan baru dan semoga bermanfaat bagi para pembaca.

REFERENSI

- [1] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2018. *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Terjemahan: Firmansyah, M. A. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- [2] Kotler, Philip. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13, Erlangga, Jakarta.
- [3] Munthe, Meysi Ramayana, Fajrillah, Dan Ripka Seriidahnaita Ginting. 2020. "Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Susu Dancow Di Kota Medan". *Jurnal Teknovasi*. Vol. 08. No. 02.
- [4] Izzudin Ahmad dan Muhammad Muhsin. 2020. Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. Vol. 6. No. 1.
- [5] Kristian, Juniar. 2020. "Pengaruh Persepsi Desain Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Miniso Di Malioboro Mall Yogyakarta". *Skripsi*.
- [6] Nugraha, Finnan Aditya Ajie, Suharyono Dan Andriani Kusumawati. 2015. "Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 22 No. 1.
- [7] Asriyati. 2020. "Pengaruh Word Of Mouth Marketing (Wom) Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemeditasi (Studi Kasus Warung Bakso & Soto Sami Asih Pak Birin Purwokerto)". *Skripsi*. Hal 1-63.
- [8] Kothler, Philip dan Gary Armstrong. 2017. *Pemasaran*. Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- [9] Lupiyoadi, Rambat. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.

- [10] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta,
- [11] Cooper, Donald. R. Dan Pamela S. Schidler. 2019. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 12 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- [12] Ghozali, Imam. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IMB SPSS 24* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [13] Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Keempat. Jakarta: Rineka Cipta.2015
- [14] Kuncoro, M. 2013. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- [15] Priyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatarna Publishing.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.