

ABSTRACT

EFFECT OF QUALITY PRODUCTS, QUALITY OF SERVICE, AND QUALITY OF EMPLOYEE COMMUNITY ON WORD OF MOUTH IN RUDY HADISUWARNO SALON IN BANDAR LAMPUNG

By:

GEDE MAWARYATI

Rudy Hadisuwarno Salon is one of salon and spa in Bandar Lampung. Problems which exist in Rudy Hadisuwarno salon is whether product quality, service quality, and quality of employee communication partially affect the word of mouth at Rudy Hadisuwarno salon in Bandar Lampung. The purpose of this study is to determine the effect of product quality, service quality, and quality of employee communication partially to word of mouth at Rudy Hadisuwarno salon in Bandar Lampung. The population of this research is all consumers who have used services of Rudy Hadisuwarno salon in Bandar Lampung. Sample in this research is respondent who have ever bought product and have done treatment, respondents who already got a recommendation and respondent who had visited salon Rudy Hadisuwarno in Bandar Lampung, using non probability sampling method by purposive sampling, with total 120 respondents.

Result of respondent's answers about Product Quality, indicator which got the best response from consumer is indicator of aesthetics, on Quality of Service, indicator which got the best response from consumer is indicator of responsiveness, while Quality Communication Employee indicator get the best response of consumers is verbal communication. This research showed that partially variable of Product Quality, Quality of Service, Quality of Employee Communication have positive and significant influence on Word of Mouth. The result of the calculation showed that the most influential on word of mouth is the service quality variable (0,571) and the second is product quality (0,438), while the communication quality of the employees get the lowest response from the consumer (0,138).

Keywords: Product Quality, Quality of Service, Quality of Employee Communication, Word of Mouth.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS KOMUNIKASI KARYAWAN TERHADAP *WORD OF MOUTH* PADA SALON RUDY HADISUWARNO DI BANDAR LAMPUNG

Oleh:

GEDE MAWARYATI

Salon Rudy Hadisuwarno adalah salah satu salon dan spa yang ada di Bandar Lampung. Permasalahan yang ada dalam salon Rudy Hadisuwarno adalah apakah kualitas produk, kualitas layanan, dan kualitas komunikasi karyawan secara parsial berpengaruh terhadap *word of mouth* pada salon Rudy Hadisuwarno di Bandar Lampung. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kualitas komunikasi karyawan secara parsial terhadap *word of mouth* pada salon Rudy Hadisuwarno di Bandar Lampung. Populasi yang ada pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa salon Rudy Hadisuwarno di Bandar Lampung. Sampel yang ada pada penelitian ini adalah responden yang pernah membeli produk dan pernah melakukan perawatan, responden yang pernah mendapat rekomendasi dan responden yang pernah mengunjungi salon Rudy Hadisuwarno di Bandar Lampung, dengan menggunakan metode *non probability sampling* yaitu dengan cara *purposive sampling*, dengan jumlah responden 120 responden.

Hasil jawaban responden tentang Kualitas Produk, indikator yang mendapat respon paling baik dari konsumen adalah indikator *aesthetics* (Estetika), pada Kualitas Layanan, indikator yang mendapat respon paling baik dari konsumen adalah indikator *responsiveness* (ketanggapan), sedangkan pada Kualitas Komunikasi Karyawan indikator yang mendapat respon paling baik dari konsumen adalah komunikasi verbal. Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kualitas Komunikasi Karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth*. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa yang paling berpengaruh terhadap *word of mouth* adalah variabel kualitas layanan yaitu sebesar (0,571) dan kualitas produk sebesar (0,438), sementara kualitas komunikasi karyawan mendapat respon yang paling rendah dari konsumen yaitu sebesar (0,138).

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kualitas Komunikasi Karyawan, *Word of Mouth*.