

PENGARUH *E-WOM* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI BANTU GURU (Studi Kasus Di Kota Pekanbaru)

Vira Rizkia Salsabila

Universitas Muhammadiyah Riau

190304046@student.umri.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh e-wom dan e-service quality terhadap aplikasi Bantu Guru di Kota Pekanbaru. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penarikan sampel penelitian yaitu metode Nonprobability sampling. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 pengguna aplikasi Bantu Guru di Kota Pekanbaru dengan metode analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS v. 26. Hasil penelitian ini adalah variabel e-wom berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna aplikasi Bantu Guru di Kota Pekanbaru dan variabel e-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Bantu Guru di Kota Pekanbaru.

Kata kunci: *E-wom, e-service quality dan kepuasan pengguna*

Pendahuluan

Pemasaran salah satu hal yang paling penting dalam dunia bisnis atau usaha karena pemasaran merupakan pendorong untuk meningkatkan penjualan dan menjadikan sasaran pada suatu perusahaan dapat terwujud. Pemasaran yang tepat adalah ketika adanya saling ketergantungannya antara pengguna (pelanggan) dan produsen. Agar dapat berhasil dan sukses dalam melakukan proses pemasaran kenali pengguna (pelanggan) dengan baik, apa yang diinginkan pengguna (pelanggan) sehingga tercapainya kepuasan pengguna (pelanggan). Kepuasan pengguna (pelanggan) terjadi ketika pembeli merasa puas dengan produk atau jasa yang telah dibelinya. Perusahaan dapat dikatakan berhasil ketika memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna (pelanggan) dengan melebihi harapan pengguna (pelanggan) (Satryawati, 2018).

PT. Bantu Guru Indonesia berdiri pada tahun 2020. PT. Bantu Guru Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang teknologi dan pelayanan yang terfokus pada guru-guru dan tenaga kependidikan dengan cara menjadi penyedia layanan pada PGRI dengan mempunyai Produk Aplikasi Bantu Guru. Aplikasi Bantu Guru yaitu aplikasi layanan digital berfungsi sebagai layanan perlindungan, peningkatan kesejahteraan dan peningkatan kompetensi guru, dosen dan tenaga kependidikan. Aplikasi Bantu Guru adalah sebuah Aplikasi yang diciptakan untuk melayani, melindungi dan meningkatkan kompetensi guru, dosen, dan tenaga kependidikan. Dimana terdapat beberapa menu utama yang memegang peranan penting agar guru-guru dan tenaga kependidikan di Indonesia tetap dapat menjalankan beberapa tugas dan aktifitas tentunya tanpa rasa khawatir akan dampak yang terjadi dalam menjalankan profesinya, tercukupi kebutuhan hidupnya, dan peningkatan kompetensi guna menentukan keberhasilan dalam melakukan profesi atau pekerjaannya.

Fenomena yang dihadapi pada Aplikasi Bantu guru ini adalah terdapat peningkatan jumlah keluhan pada aplikasi Bantu Guru yang membuat performa dari PT Bantu guru menjadi terpengaruh. Tingginya angka keluhan pengguna pada layanan Bantu Guru terkait penggunaan layanan produk dan hal ini mengindikasikan masalah pada tingkat kepuasan pengguna. Adapun data keluhan pengguna dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1 Jumlah Keluhan Pengguna Terkait Pemakaian Aplikasi Tahun 2020 – 2022

Tahun	Jenis Keluhan / Complaint			
	Lupa Password	Cara Pemakaian Aplikasi	Aplikasi Beriklan	Akun Ganda
2020	65	120	45	121
2021	100	200	85	135
2022	131	222	178	149

Sumber : data jumlah keluhan pengguna Aplikasi.Bantu Guru,2022

Berdasarkan tabel 1 terdapat adanya peningkatan keluhan pengguna dikarenakan pengguna belum terbiasa menggunakan teknologi sehingga kurang memahami cara penggunaan aplikasi bantu guru, dalam pendaftaran aplikasi bantu guru pengguna tidak mempunyai email yang tetap seperti pengguna sering berganti alamat email menyebabkan pengguna mempunyai akun ganda, terlalu banyak nya iklan di aplikasi lalu pengguna selalu lupa password saat ingin log in di aplikasi bantu guru.

Terdapat beberapa faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan pengguna, faktor pertama yaitu *electronic word of mouth (E-WOM)*. *e-wom* didefinisikan sebagai evaluasi dan rekomendasi oleh pengguna potensial atau pemakai tentang suatu produk atau jasa berupa pernyataan positif atau negatif di mana informasi ini tersedia untuk semua pihak melalui Internet. Dengan adanya komentar, ulasan atau postingan positif dari para pengguna tentunya akan membuat para pengguna (pelanggan) yang ingin mencoba menggunakan suatu produk atau jasa merasa lebih yakin untuk mencoba dan akan mempengaruhi kepuasan pengguna (pelanggan) apakah sesuai dengan ekspektasinya mereka atau tidak (Pratama dan Yulianthini, 2021).

Faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pengguna adalah *electronic service quality (e-service quality)*. *E-service quality* merupakan inovasi yang dikembangkan dalam kualitas layanan yang dirancang untuk mengukur kepuasan pengguna secara sistematis elektronik atau internet. Dimana pengguna akan merasa lebih efisien dalam melakukan transaksi dari sisi waktu maupun biaya, demikian pula ketersediaan informasi dan kelancaran transaksi menjadi pilihan pengguna untuk bertransaksi melalui ketersediaan fasilitas sistem dan jaringan internet yang memadai serta adanya jaminan kerahasiaan data pengguna. Dengan demikian *e-service quality* yang disediakan oleh perusahaan akan memuaskan atau tidak memuaskan pengguna karena kualitas layanan yang diberikan perusahaan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna (Laela dan Asdar, 2022).

Berdasarkan pemikiran tersebut, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *E-WOM* dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Bantu Guru”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-wom* dan *e-service quality* terhadap kepuasan pengguna aplikasi Bantu Guru.

Literatur Review dan Pengembangan Hipotesis

1. Pengertian Kepuasan Pengguna (Pelanggan)

kepuasan pengguna adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima (Fatihudin dan Firmansyah, 2019). Pada penelitian ini, peneliti memilih indikator yang dikemukakan oleh Indrasari (2019) bahwa indikator kepuasan pengguna (pelanggan) dapat diukur yaitu sebagai berikut :

- a) Kesesuaian Harapan
- b) Minat Berkunjung Kembali
- c) Kesiediaan Merekomendasikan

2. Pengertian E-WOM

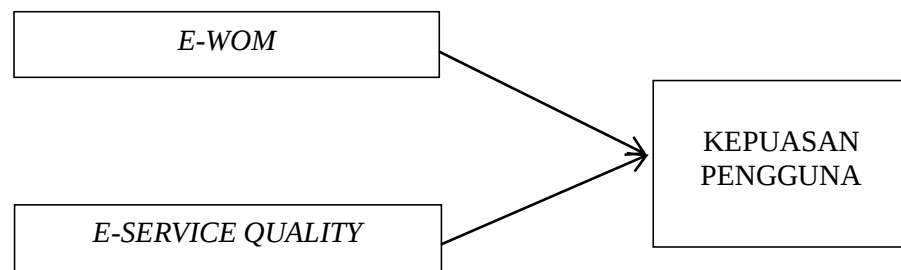
E-wom adalah komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa (Ahdiany, 2021). Indikator e-wom menurut Jamaludin *et al.*, (2022) sebagai berikut :

- a) Kredibilitas Sumber
- b) Manfaat Informasi
- c) Adopsi Informasi

3. Pengertian E-Service Quality

E-Service Quality merupakan gabungan kualitas layanan berbasis internet. Dimana pengguna (pelanggan) akan merasa lebih efisien dalam melakukan transaksi dari sisi waktu maupun biaya, demikian pula ketersediaan informasi dan kelancaran transaksi menjadi pilihan pengguna (pelanggan) untuk bertransaksi melalui ketersediaan fasilitas sistem dan jaringan internet yang memadai serta adanya jaminan kerahasiaan data pengguna (Laela dan Asdar, 2022). Indikator e-service quality menurut Yulianto (2020) yaitu sebagai berikut :

- a) Efisiensi
- b) System Availability
- c) Fulfillment
- d) Privasi
- e) Daya tanggap (*responsiveness*)
- f) Kompensasi
- g) Kontak (*contact*)



Gambar 1. Kerangka berpikir

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasinya adalah pengguna aplikasi Bantu Guru sebanyak 20.056. Metode penarikan sampel

penelitian yaitu metode *Nonprobability sampling*. Peneliti mengambil sebanyak 100 sampel dari 20.056 pengguna dengan rumus. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis yang meliputi uji koefisien determinasi, dan uji t. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan *software* SPSS 26.

Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, responden yang terlibat dan memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut adalah 100 responden. Selanjutnya peneliti menggunakan regresi linier sederhana dengan program komputer SPSS versi 26. Sebelum menguji hipotesis, dilakukan uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik terhadap data yang dianalisis.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya data suatu kuisioner. Uji validitas akan dihitung dengan menggunakan koefisien korelasi product moment. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Suatu instrumen data dikatakan Valid apabila nilai $\text{sig} < 0.05$ dan $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ (Duli, 2019). Hasil pengujian validitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	r_{hitung}	R_{tabel}	Kriteria
E-WOM (X1)			
X1.1	0,722	0,1966	Valid
X1.2	0,641	0,1966	Valid
X1.3	0,675	0,1966	Valid
X1.4	0,740	0,1966	Valid
X1.5	0,691	0,1966	Valid
X1.6	0,670	0,1966	Valid
X1.7	0,658	0,1966	Valid
X1.8	0,649	0,1966	Valid
X1.9	0,619	0,1966	Valid
E-Service Quality (X2)			
X2.1	0,578	0,1966	Valid
X2.2	0,668	0,1966	Valid
X2.3	0,700	0,1966	Valid
X2.4	0,683	0,1966	Valid
X2.5	0,687	0,1966	Valid
X2.6	0,748	0,1966	Valid
X2.7	0,599	0,1966	Valid
X2.8	0,694	0,1966	Valid
X2.9	0,655	0,1966	Valid
X2.10	0,759	0,1966	Valid
X2.11	0,684	0,1966	Valid
X2.12	0,617	0,1966	Valid
X2.13	0,776	0,1966	Valid
X2.14	0,778	0,1966	Valid
X2.15	0,752	0,1966	Valid
X2.16	0,757	0,1966	Valid
X2.17	0,708	0,1966	Valid

X2.18	0,783	0,1966	Valid
X2.19	0,664	0,1966	Valid
X2.20	0,669	0,1966	Valid
X2.21	0,660	0,1966	Valid
Kepuasan Pengguna (X1)			
Y.1	0,665	0,1966	Valid
Y.2	0,814	0,1966	Valid
Y.3	0,801	0,1966	Valid
Y.4	0,700	0,1966	Valid
Y.5	0,769	0,1966	Valid
Y.6	0,528	0,1966	Valid
Y.7	0,743	0,1966	Valid
Y.8	0,669	0,1966	Valid
Y.9	0,719	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Jadi, dari tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa instrumen atau variabel e-wom (X1), e-service quality (X2) dan Kepuasan Pengguna (Y) Valid. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Dasar dari putusan yang digunakan pada uji reliabilitas yaitu jika nilai *cronbach's alpha* > 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel (Derma, 2021). Hasil pengujian validitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
<i>E-WOM</i>	0,850	0,60	Reliabel
<i>E-Quality Service</i>	0,947	0,60	Reliabel
Kepuasan Pengguna	0,879	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa masing-masing dari setiap variabel ternyata diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$. Dengan demikian, maka hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini dapat diuji dengan menggunakan uji normalitas dari *Kolmogorov Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu jika nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0.05$ maka data tersebut berdistribusi normal (Duli, 2019). Hasil pengujian normalitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,75288104
Most Extreme Differences	Absolute	,157
	Positive	,155
	Negative	-,157
Kolmogorov-Smirnov Z		,913
Asymp. Sig. (2-tailed)		,375

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 4. menunjukkan bahwa hasil uji normalitas yang dilakukan dengan metode *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan hasil signifikan uji normalitas sebesar 0,375 dimana hasil tersebut lebih besar dari pada taraf signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian yang diberikan pada uji normalitas berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Suatu regresi menunjukkan adanya multikolinearitas apabila nilai Tolerance $\leq 0,01$ atau nilai VIF ≥ 10 (Duli, 2019). Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
E-WOM	0,339	2,948
E-Quality Service	0,339	2,948

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa nilai *Tolerance* $\geq 0,01$ ($1,00 \geq 0,01$) dan nilai VIF ≤ 10 ($1 \leq 10$). Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinearitas dan ujinya bisa dilanjutkan.

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas metode *glejser* dapat dilakukan dengan cara meregresikan nilai residual dengan masing-masing variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yaitu jika nilai signifikansi $< \alpha = 0.05$ maka terjadi heteroskedastisitas (Duli, 2019). Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,266	,052	5,132	,000
	E-WOM	,005	,002	,384	,176
	E-Service Quality	,000	,001	,034	,831

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 6 diatas diatas hasil uji heteroskedastisitas dengan metode uji *glejser* dapat diketahui bahwa kedua variabel independen memiliki signifikansi lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan model regresi terbebas dari heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk analisis data. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari pengaruh variabel independen *e-wom* (X1) dan *e-service quality* (X2) terhadap variabel dependen Kepuasan Pengguna (Y) (Qomusuddin dan Romlah, 2021).

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,578	2,519		,229	,819		
	<i>E-WOM</i>	,471	,104	,417	4,527	,000	,339	2,948
	<i>E-Service Quality</i>	,218	,042	,475	5,156	,000	,339	2,948

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 7 tersebut diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.837 + 0.417 X1 + 0.114 X2 + 0.325 X3 + e$$

1. Nilai koefisien regresi sebesar 0,578 artinya adalah apabila *e-wom*, dan *e-service quality* pada pengguna aplikasi Bantu Guru diasumsikan bernilai nol, maka kepuasan pengguna mengalami peningkatan sebesar 0,578.
2. Nilai koefisien regresi variabel *e-wom* (X1) sebesar 0,471 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel *e-wom*, maka akan meningkatkan nilai variabel kepuasan pengguna sebesar 0,471.
3. Nilai koefisien regresi variabel *e-service quality* (X2) sebesar 0,218 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel *e-service quality*, maka akan meningkatkan nilai variabel kepuasan pengguna sebesar 0,218.

Hasil Uji T

Uji parsial (uji t) dalam analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas X secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Pengambilan keputusan yaitu $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dan jika $\text{sig} < 0,05$ = Variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Qomusuddin dan Romlah, 2021):

Tabel 8. Hasil Uji T

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,578	2,519		,229	,819		
	<i>E-WOM</i>	,471	,104	,417	4,527	,000	,339	2,948
	<i>E-Service Quality</i>	,218	,042	,475	5,156	,000	,339	2,948

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan tabel 8 tersebut diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

1. Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel *e-wom* (X1) terhadap kepuasan pengguna (Y) diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,527 > t_{tabel} = 1,98472$ dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0,05$. Hal ini berarti variabel *e-wom* (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y).
2. Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel *e-service quality* (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) diperoleh nilai $t_{hitung} = 5,156 > t_{tabel} = 1.98472$ dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0,05$. Hal ini berarti variabel *e-service quality* (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y).

Peneliti diharapkan menjelaskan makna dari hasil penelitian tabel yang disampaikan, bukan menceritakan kembali angka-angka yang ada ditabel. Setelah menginterpretasikan hasil penelitian secara lengkap, peneliti diminta untuk melakukan pembahasan. Pembahasan dibuat untuk menjawab rumusan masalah dan pertanyaan-pertanyaan penelitian. Hasil penelitian harus disimpulkan secara eksplisit. Penafsiran terhadap temuan dilakukan dengan menggunakan logika dan teori-teori yang ada. Temuan berupa kenyataan dilapangan diintegrasikan/dikaitkan/dibandingkan dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya atau dengan teori yang sudah ada dengan menggunakan rujukan. Pembahasan paling tidak memuat *what/how, why, dan what else*.

Pembahasan

Pengaruh *e-wom* terhadap kepuasan Pengguna

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel *e-wom* terhadap kepuasan pengguna diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,527 > t_{tabel} = 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti variabel *e-wom* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Bantu Guru di Pekanbaru dengan kata lain hipotesis (H1) diterima. . Yang artinya opini, komentar atau rekomendasi yang ada di suatu wadah *e-wom* dapat mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Bantu Guru. Semakin tinggi *e-wom* maka semakin tinggi kepuasan pengguna yang didapatkan dari rasa percaya dari ulasan aplikasi tersebut yang membuat pengguna semakin yakin untuk menggunakan aplikasi tersebut yang diharapkan mampu mengembangkan potensi guru yang pada akhirnya dapat direkomendasikan kembali berdasarkan pengalaman pengguna (Pratama dan Yulianthini, 2021).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pratama dan Yulianthini (2021) bahwa *e-wom* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Itasari *et al.*, (2020) penelitian bahwa *e-wom* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pengguna

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel *e-service quality* terhadap kepuasan pengguna diperoleh nilai $t_{hitung} = 5,156 > t_{tabel} = 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti variabel *e-service quality* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Bantu Guru di Pekanbaru dengan kata lain hipotesis (H2) diterima. Yang artinya *e-service quality* mampu memenuhi ekspektasinya dan pengalaman pengguna sehingga meningkatkan kepuasan pengguna, hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi *e-service quality* maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna muncul disebabkan aplikasi Bantu Guru dapat berjalan dengan baik, terjaminnya keamanan data pengguna, kemudahan dalam transaksi dan tersedianya *customer service* secara *online* jika pengguna ada masalah atau keluhan (Firdha *et al.*, 2021).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hidayati (2022) bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Wungkana dan Santoso (2021) penelitian bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai pengaruh *E-WOM* dan *E-Quality Service* terhadap Kepuasan Pengguna aplikasi Bantu Guru di kota Pekanbaru, dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. *E-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna aplikasi Bantu Guru di kota Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa semakin perusahaan meningkatkan *e-wom*, maka kepuasan pengguna akan ikut meningkat. Karena dipengaruhi oleh opini, komentar atau rekomendasi yang ada di suatu wadah *e-wom* maka akan mempengaruhi terbentuknya kepuasan pengguna.
2. *E-Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya *e-service quality*, maka kepuasan pengguna akan ikut meningkat. Karena *e-service quality* yang diberikan oleh perusahaan dapat memuaskan pengguna aplikasi yang menghasilkan respon positif dari pengguna.

Daftar Pustaka

- Ahdiany, D. F. (2021). Pengaruh *E-WOM* dan kesadaran merek terhadap minat beli konsumen dengan citra merek sebagai variabel mediasi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(1), 1–5.
- Derma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa : Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firdha, S., Putri, A., & Marlina, N. (2021). Pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap kepuasan konsumen. *Forum Ekonomi*, 23(3), 463–474.
- Hidayati, N. (2022). Pengaruh *e-service quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 1–7.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (p. 114). Surabaya: Unitomo Press.

- Itasari, A. A., Hastuti, N. H., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh *Word Of Mouth*, *Electronic Word of Mouth* dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 5(2).
- Jamaludin, Trenggana, A. F. M., Girsang, R. M., Harto, B., Pramudhita, P., Jatinegara, K., Yasa, N. N. K., Kamarudin, A. P., Jamira, A., Razak, M., Abdurrohman, Saragih, L., Sherly, Rane, M. K. D., Irmal, & Rosharita. (2022). *Pemasaran Era Kini: Pendekatan Berbasis Digital*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Laela, & Asdar, M. (2022). *Manajemen Pemasaran Digital: Kunci Sukses Masa Depan*. Pekalongan: PT.Nasya Expanding Management.
- Pratama, P. D. A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Food Di Bali Pada Masa Pandemi Covid-19. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 273.
- Qomusuddin, I. F., & Romlah, S. (2021). *Analisis Data Kuantitatif Dengan Program IBM SPSS Statistic 20.0*. Sleman: Deepublish.
- Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan *E- Commerce*. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52.
- Wungkana, F. A., & Santoso, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *E-Commerce* Kecantikan Sociolla. *Jurnal Agora*, 9(2), 1–5.
- Yulianto, E. (2020). *Bisnis Online Dan E-Commerce*. Malang: Inteligencia Media.