

ABSTRAK

Syakira Fotokopi Lumajang merupakan salah satu usaha jasa fotokopi yang berlokasi di Kecamatan Lumajang, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Usaha ini bergerak dalam bidang jasa penggandaan dokumen, percetakan, penjilidan, laminating, dan layanan terkait lainnya yang dibutuhkan oleh mahasiswa, pegawai kantor, serta masyarakat umum di sekitar wilayah Lumajang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Syakira Fotokopi Lumajang. Pada penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui pembagian kuesioner secara tatap muka kepada para responden. Responden pada penelitian ini berjumlah 60 responden, dan teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Hasil uji t menjelaskan variabel lokasi dan kualitas pelayanan menyumbang dampak terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan *word of mouth* tidak menyumbang dampak. Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh bernilai 63,7% menjelaskan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *word of mouth*, lokasi dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya bernilai 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti halnya persepsi harga dan lain sebagainya.

Kata Kunci : *Word Of Mouth*, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Syakira Fotokopi Lumajang is a photocopying service business located in Lumajang District, Lumajang Regency, East Java. This business is engaged in document duplication, printing, binding, laminating, and other related services needed by students, office workers, and the general public around the Lumajang area. This study aims to determine the effect of word of mouth, location and service quality on customer satisfaction at Syakira Fotokopi Lumajang. In this study, the method used is a quantitative method. Data collection was carried out by distributing questionnaires face to face to respondents. Respondents in this study numbered 60 respondents, and the sampling technique used was purposive sampling. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis. The results of the t-test showed that the variables of location and service quality influenced customer satisfaction, while word of mouth did not. The coefficient of determination (R^2) obtained was 63.7%, indicating that customer satisfaction can be explained by the variables of word of mouth, location and service quality, while the remaining 36.3% is influenced by other variables not examined in this study, such as price perception and so on.

Keywords : Word of Mouth, Location, Service Quality and Customer Satisfaction

