

ABSTRAK

Beberapa perusahaan jasa yang sedang unggul di Indonesia yakni pelayanan *Wedding Organizer* atau layanan pernikahan. *Wedding organizer* adalah profesional jasa yang melayani dalam bidang pernikahan. *Wedding organizer* bertanggung jawab untuk memastikan semua persiapan hingga lancar, mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan, menyiapkan kebutuhan pengantin yang sesuai dengan keinginan mereka. Salah satu WO yang ada di Lumajang yaitu Kawan Nikah *Wedding Organizer* Lumajang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Konsumen dan E-WOM terhadap Kepuasan Konsumen Kawan Nikah *Wedding Organizer*. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pengumpulan datanya dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Kawan Nikah sebanyak 60 responden. Metode dan teknik sampling yang digunakan yaitu metode *nonprobability* dengan teknik *Purposive Sampling*. Pada penelitian ini, uji instrumen yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas, regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji t, uji f dan koefisien determinasi dan di olah dengan menggunakan aplikasi SPSS 22. Dengan hasil sebagai berikut : 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. 2) Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 3) E-WOM berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kawan nikah *Wedding Organizer*. Kualitas pelayanan dan E-WOM merupakan faktor paling penting dalam menciptakan kepuasan konsumen, sementara kepercayaan perlu ditinjau lebih lanjut implementasinya agar memberikan dampak yang diinginkan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Konsumen, *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM), Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Some of the service companies that are excelling in Indonesia are Wedding Organizer services or wedding services. Wedding organizer is a professional service that serves in the field of marriage. The wedding organizer is responsible for ensuring all preparations run smoothly, from the planning stage to the implementation, preparing the needs of the bride and groom according to their wishes. One of the WOs in Lumajang is Kawan Nikah Wedding Organizer Lumajang. This study aims to analyze the effect of Service Quality, Consumer Trust and E-WOM on Kawan Nikah Wedding Organizer Consumer Satisfaction. In this study using a quantitative approach, the data was collected by distributing questionnaires to Kawan Nikah customers as many as 60 respondents. The sampling method and technique used is the nonprobability method with Purposive Sampling technique. In this study, the instrument test used is the validity and reliability test, multiple linear regression, classical assumption test, t test, f test and coefficient of determination and processed using the SPSS 22 application: 1) Service quality has an effect on customer satisfaction. 2) Trust has no effect on customer satisfaction. 3) E-WOM has an effect on consumer satisfaction of friends Wedding Organizer marriage. Service quality and E-WOM are the most important factors in creating customer satisfaction, while trust needs to be further reviewed for its implementation to have the desired impact.

Keywords: *Service Quality, Consumer Trust, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Customer Satisfaction*