

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, KUALITAS PELAYANAN DANE-WOM TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT KOTA MEDAN PADA SHOPEEFOOD

**Luis Fernando
Koman
Program Studi
Manajemen
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

Abstrak

ShopeeFood telah mengalami pertumbuhan pesat dan kini dijadikan salah satu pemain pokok di industri layanan pengantaran makanan di Indonesia. ShopeeFood memiliki daya tarik iklan yang kuat dalam memenangkan persaingan ketat di sektor jasa pengantaran makanan. Layanan ini menjadi pilihan favorit masyarakat Indonesia yang menginginkan kemudahan dalam memesan makanan melalui aplikasi Shopee. Penelitian ini bertujuan teruntuk mengkaji pengaruh daya tarik iklan, kualitas layanan, serta e-WOM (Electronic Word of Mouth) pada kepuasan masyarakat di Kota Medan dalam menggunakan layanan ShopeeFood. Populasi ialah semua pengguna ShopeeFood di Kota Medan. Karena jumlah pengguna tersebut tidak dapat diketahui dengan pasti, penelitian ini menggunakan metode mengambil sampel dengan rumus Lemeshow, menghasilkan sejumlah 96 responden. Hasil penelitian menunjukkan nilai thitung untuk variabel Daya Tarik Iklan (X1) adalah $3,130 > \text{ttabel } 1,978$ dimana tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, hingga simpulannya terdapat pengaruh positif signifikan secara parsial dari Daya Tarik Iklan dan Kepuasan. Nilai thitung teruntuk variabel Kualitas Layanan (X2) ialah $4,604 > \text{ttabel } 1,978$ dimana tingkat signifikansi $0,030 < 0,05$, hingga kesimpulannya ada pengaruh positif signifikan secara parsial antara Kualitas Layanan serta Kepuasan. Nilai thitung teruntuk variabel E-WOM (X3) adalah $2,421 > \text{ttabel } 1,978$ dimana tingkat signifikansi $0,003 < 0,05$, memperlihatkan ada pengaruh positif signifikan secara parsial antara E-WOM dan Kepuasan. Dengan nilai Ftabel 2,68 serta tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05), didapatkan Fhitung sebesar 42,860 dengan sig.a 0,000a. Perihal ini menunjukkan hasil penelitian menerima hipotesis alternatif (H_a) serta menolak hipotesis nol (H_0). Membandingkan dari Fhitung dan Ftabel membenarkan secara beriringan, Daya Tarik Iklan, Kualitas Layanan, serta E-WOM berpengaruh positif juga signifikan pada Kepuasan.

Kata Kunci: Daya Tarik Iklan, Kualitas Pelayanan, E-WOM, Kepuasan