

Pengaruh *Endorse* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Sensus Pada Pelanggan Aktif *Celebrity Endorse* Ria Noviera Nurhardiyanti)

Ria Noviera Nurhardiyanti

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Email: Rianoviara23@gmail.com

Article History:

Received: 25 Mei 2022

Revised: 30 Mei 2022

Accepted: 17 Juni 2022

Keywords: *Endorsement, Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstract: *This study aims to determine the effect of endorsement and service quality on customer satisfaction (Census on active customers Celebrity Endorse Ria Noviera Nurhardiyanti). The method used in this study is a quantitative method with a census approach. The population studied was 40 respondents who are active celebrity endorsers by Ria Noviera Nurhardiyanti. The data used is primary data where the data source directly provides data to data collectors. The tool used in this research is Multiple Linear Regression using SPSS software version 26. The results show that endorsement and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with celebrity endorser Ria Noviera Nurhardiyanti. Partial endorsement has a significant effect on customer satisfaction celebrity endorser Ria Noviera Nurhardiyanti. Service quality partially has a significant effect on customer satisfaction celebrity endorser Ria Noviera Nurhardiyanti.*

PENDAHULUAN

Pengusaha dituntut untuk kreatif dan membuat inovasi dalam mengemas promosi yang dapat menarik minat beli konsumen. Promosi *online* adalah promosi yang dilakukan melalui internet untuk menginformasikan dan berkomunikasi langsung kepada konsumen tanpa harus bertatap muka untuk melakukan transaksi jual beli. Konsumen bisa mendapatkan informasi produk melalui promosi *online* tersebut dimana saja dan kapan saja tanpa harus ke *store* atau pusat perbelanjaan. Cara promosi online bermacam-macam, salah satunya untuk menarik minat beli konsumen pengusaha dapat mengendosre seorang artis atau sekarang lebih ramai dengan sebutan selebgram.

Endorse sebagai sewa menyewa jasa dalam hal mempromosikan suatu produk, karena terdapat dua pihak yaitu pemilik usaha dan *celebrity endorse* dimana kedua belah pihak melakukan kerjasama. Fenomena *endorse* ini adalah salah satu bentuk promosi yang dilakukan pelaku usaha untuk menggaet konsumen baru. Menurut (Kotler dan Amstrong, 2014:77). Salah satu cara promosi saat ini bisa dengan menggunakan jasa *celebrity endorse*. Penggunaan jasa *celebrity endorse* sebagai alat promosi penjualan yang dapat menciptakan tanggapan yang lebih

kuat dan lebih cepat sehingga saat ini banyak sekali *celebrity endorse* yang berperan aktif bagi para *onlineshop*. *Celebrity Endorse* sendiri adalah orang yang eksis di media sosial yaitu Instagram yang menjadi idola dengan *follower* sampai jutaan. Bukan hal baru lagi jika banyak dijumpai di Instagram selebgram mempromosikan produk barang atau jasa baik kuliner atau *fashion*.

Adapun tarif jasa *endorse* Ria Noviera Nurhardiyanti pada tahun 2021 dijelaskan pada Tabel 1

Tabel 1. Price List Jasa endorse Ria Noviera

No.	Jenis Jasa	Harga
1	Foto Feeds	Rp450.000
2	Video Feeds	Rp600.000
3	Reel Video	Rp750.000
4	Review Insta Story	Rp300.000
5	Paid Promote	Rp200.000
6	Foto Katalog	Rp175.000
7	Campaign	Rp6.000.000
8	Brand Ambassador	Rp8.500.000

Sumber: Price List Ria Noviera Nurhardiyanti, 2021

Untuk jenis yang pertama Foto Feeds adalah jenis kerjasama berbentuk foto dengan menggunakan *product onlineshop* yang akan diposting di halaman *feeds* instagram, untuk jenis yang kedua Video Feeds adalah kerjasama berbentuk video dengan menggunakan *product onlineshop* yang diposting di *feeds* instagram, untuk jenis ketiga Review Insta Story adalah kerjasama berbentuk video dengan menggunakan dan melihat detail *product onlineshop* yang hanya diposting di *story* instagram, jenis keempat Paid Promote adalah kerjasama berbentuk video atau foto dengan materi langsung dari *onlineshop* yang akan diposting di *story* tanpa harus mengirimkan *product*, jenis kelima Foto Katalog adalah kerjasama berbentuk foto namun tidak di posting di akun *celebrity endorse* biasanya *onlineshop* hanya menggunakan jasa foto dimana foto tersebut untuk diposting di akun jualannya, jenis yang keenam Campaign adalah kerjasama dengan kontrak yang sesuai *brief* mulai dari ketentuan acara, ketentuan tanggal posting, dan ketentuan pelaksanaan, untuk *campaign* ini sendiri harganya tinggi karna dikhususkan pada *brand* besar. Jenis yang ketujuh Brand Ambassador adalah kerjasama dengan kontrak atas keputusan beberapa pihak untuk kerjasama beberapa bulan kedepan dengan mempromosikan *product* sesuai jadwal dan ketentuan *brief* yang sudah dibuat, biasanya jenis Brand Ambassador melakukan promosi lebih sering dalam kurun waktu dekat agar para *followers* bisa lihat *celebrity endorse* benar-benar menggunakan *product* tersebut.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2015:17) menjelaskan bahwa : “Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Adapun menurut Sugiyono (2016:85) pengertian metode sampling jenuh atau sensus adalah: “Teknik penentuan sampel bila anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila

jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampling jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Normalitas

Hasil yang di dapat dari hasil pengolahan SPSS versi 26 memperlihatkan data yang diperoleh berada menyebar disekitar diagram dan mengikuti model regresi, selain itu dilihat dari nilai $asmply.sig\ 200 > 0,05$, maka data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian SPSS versi 26 mendapatkan hasil pada kolom tolerance menunjukkan bahwa *Endorse* ($0,910 > 0,1$) dan Kualitas Pelayanan ($0,910 > 0,1$) selain itu pada kolom VIF Pengaruh *Endorse* ($1,099 < 10$) dan Kualitas Pelayanan ($1,099 < 10$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pengaruh *Endorse* dan Kualitas Pelayanan tidak terjadi multikolinearitas sehingga uji multikolinearitas terpenuhi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya Heteroskedastisitas dalam suatu model regresi linier berganda adalah dengan melihat grafik *sccatterplot* atau nilai prediksi variabel yaitu SRESID dengan residual *error* yaitu ZPRED. Jika tidak ada pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur maka terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil output SPSS Versi 26 pada grafik *sccatterplot* tidak terdapat titik-titik yang membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk terlihat apakah terjadi autokorelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya. Hasil uji Durbin-Watson (DW test) dari output SPSS versi 26 diketahui bahwa $DW\ 1,40 < 2,094 < 4-1,40$ yang artinya tidak terjadi autokorelasi. Model ini dapat digunakan untuk penelitian dan menguji hipotesis.

KESIMPULAN

1. *Endorse* yang dirasakan oleh pelanggan aktif *celebrity endorse* Ria Noviera Nurhardiyanti memiliki kriteria sangat baik. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh *celebrity endorse* Ria Noviera memiliki kriteria sangat baik. Kepuasan Pelanggan *celebrity endorse* Ria Noviera memiliki kriteria sangat baik.
2. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel *Endorse* (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

DAFTAR REFERENSI

- Dicha Dandan Juwito, 2019. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Garansi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Gaya Remaja Industri Indonesia*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Surabaya 2019.
- Fitri Novianti Pramudya, 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan Ar-Rum Di Pegadaian Syariah (Studi Pada Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Monica Maria Dan Mohamad Yusak, 2013. *Jurnal Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake*. Fakultas Entrepreneurial Business, Universitas Ciputra Surabaya Tahun 6. No. 1, April 2013.
- Sa'adatun Nafiisah, Sri Nuringwahyu, Dadang Krisdianto, 2021 *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Testimoni Produk Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian, JIAGABI ISSN 2302 – 7150 Vol. 10, No. 2, Agustus 2021, hal. 294-301 Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144 Indonesia LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia*.