Electronic Service Quality (*E-Servqual*) dan *Electronic Word of Mouth* (*E-WOM*) *Google Review* terhadap Minat Pelanggan pada Adria *Fitness* Bintaro Kota Jakarta Selatan

Ibra Amalanamta*[1], Muhammad Musyfiq Salami[2]
Universitas Pamulang[1,2]
e-mail: cozyglad03@gmail.com[1], dosen01896@unpam.ac.id[2]

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Electronic Service Quality (E-Servqual)* dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Google Review terhadap Minat Pelanggan pada Adria Fitness Bintaro Kota Jakarta Selatan, baik secara simultan maupun secara parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif, di mana data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 92 responden dan diolah menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25. Hasil penelitian menunjukkan diperoleh persamaan regresi Y = -2,261 + 1,334X_1. Nilai t hitung variabel *Electronic Service Quality (E-Servqual)* sebesar 14,288 > 1,987, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, maka dapat diartikan Ha diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan secara parsial bahwa *Electronic Service Quality (E-Servqual)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pelanggan. Selanjutnya diperoleh persamaan regresi Y = 3,171 + 1,128X_2. Nilai t hitung variabel *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Google Review sebesar 15,635 > 1,987, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, maka dapat diartikan Ha diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan secara parsial bahwa *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Google Review berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pelanggan. Secara simultan diperoleh persamaan regresi berganda di mana *Electronic Service Quality (E-Servqual)* memiliki koefisien regresi sebesar 0,445, sedangkan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* memiliki koefisien regresi sebesar 0,729, sehingga menunjukkan kedua variabel berpengaruh positif terhadap Minat Pelanggan. Diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,753 atau 75,3%. Nilai F hitung sebesar 135,424 > 3,10 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, maka Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Electronic Service Quality (E-Servqual)* dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Google Review secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pelanggan pada Adria Fitness Bintaro Kota Jakarta Selatan sebesar 75,3%, sedangkan 24,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Electronic Service Quality (E-Servqual); Electronic Word of Mouth (E-WOM); Google Review; Minat Pelanggan.*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Electronic Service Quality (E-Servqual) and Electronic Word of Mouth (E-WOM) through Google Reviews on Customer Interest at Adria Fitness Bintaro, South Jakarta, both partially and simultaneously. This study employed a quantitative associative research method. Data were collected through questionnaires distributed to 92 respondents and analyzed using IBM SPSS Statistics version 25. The results showed the simple regression equation Y = -2.261 + 1.334X_1. The t-value for the Electronic Service Quality (E-Servqual) variable was 14.288, which was greater than the t-table value of 1.987, with a significance level of 0.000 < 0.05. Therefore, Ha was accepted and H_0 was rejected, indicating that Electronic Service Quality (E-Servqual) had a positive and significant effect on Customer Interest. Furthermore, the simple regression equation for Electronic Word of Mouth (E-WOM) through Google Reviews was Y = 3.171 + 1.128X_2. The t-value for the Electronic Word of Mouth (E-WOM) variable was 15.635, which was greater than the t-table value of 1.987, with a significance level of 0.000 < 0.05. Thus, Ha was accepted and H_0 was rejected, indicating that Electronic Word of Mouth (E-WOM) through Google Reviews had a positive and significant effect on Customer Interest. Simultaneously, the multiple regression analysis showed that the regression coefficient of Electronic Service Quality (E-Servqual) was 0.445, while the regression coefficient of Electronic Word of Mouth (E-WOM) was 0.729, indicating that both independent variables positively influenced Customer Interest. The coefficient of determination (R^2) was 0.753, or 75.3%. The F-value was 135.424, which was greater than the F-table

value of 3.10, with a significance level of 0.000 < 0.05. Therefore, Ha was accepted, indicating that Electronic Service Quality (E-Servqual) and Electronic Word of Mouth (E-WOM) through Google Reviews simultaneously had a positive and significant effect on Customer Interest at Adria Fitness Bintaro, South Jakarta, contributing 75.3%, while the remaining 24.7% was influenced by other variables not examined in this study.

Keywords **:** *Electronic Service Quality (E-Servqual); Electronic Word of Mouth (E-WOM); Google Reviews; Customer Interest.*

PENDAHULUAN

Era globalisasi dan *digital*isasi telah membawa transformasi signifikan pada perilaku masyarakat modern, terutama dalam kesadaran akan pentingnya kesehatan fisik. Fenomena ini tercermin dari meningkatnya tren gaya hidup sehat di berbagai belahan dunia, di mana olahraga bukan lagi sekadar hobi, melainkan kebutuhan primer untuk menjaga imunitas dan kualitas hidup. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah fundamental cara bisnis jasa berinteraksi dengan konsumen. Sektor manajemen pemasaran kini tidak lagi hanya bergantung pada interaksi fisik, melainkan telah merambah ke ruang *digital* yang menawarkan aksesibilitas tanpa batas bagi calon pelanggan. Dalam konteks industri jasa, efektivitas sistem *digital* menjadi faktor penentu dalam memenangkan persaingan pasar yang semakin kompetitif di era industri 4.0.

Electronic Service Quality (E-Servqual) muncul sebagai konsep krusial yang mengukur sejauh mana sebuah platform *digital* dapat memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman produk atau jasa secara efektif. Kualitas ini mencakup dimensi efisiensi, ketersediaan sistem, pemenuhan janji layanan, hingga privasi data pengguna. Bagi perusahaan jasa, *E-Servqual* bukan sekadar alat pendukung, melainkan representasi wajah perusahaan di dunia maya. Pengalaman *digital* yang buruk, seperti aplikasi yang sering error atau proses pendaftaran yang rumit, dapat menciptakan persepsi negatif yang instan di benak calon pelanggan.

Selain kualitas layanan mandiri, fenomena *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* telah menggeser kekuatan kendali informasi dari perusahaan ke tangan konsumen. *E-WOM* memungkinkan pengalaman individu tersebar secara luas dan cepat kepada ribuan calon pelanggan lainnya melalui media internet.

Google *Review* muncul sebagai salah satu platform *E-WOM* paling berpengaruh di dunia. Sebagai mesin pencari utama, ulasan dan penilaian bintang yang tertera pada Google *Business Profile* menjadi referensi utama bagi konsumen sebelum memutuskan untuk mencoba sebuah jasa baru, terutama yang berbasis lokasi fisik. Kepercayaan konsumen terhadap ulasan di Google *Review* sering kali melampaui kepercayaan mereka terhadap iklan formal. Hal ini disebabkan oleh persepsi bahwa ulasan pengguna lain bersifat lebih jujur, objektif, dan mencerminkan realitas kualitas layanan yang sebenarnya di lapangan.

Adria *Fitness* Bintaro, sebagai salah satu penyedia layanan kebugaran di kawasan strategis Jakarta Selatan, menghadapi tantangan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan jumlah anggota di tengah gempuran kompetitor. Pengelolaan platform *digital* dan reputasi online menjadi kunci keberlangsungan bisnis mereka. Efektivitas situs web atau aplikasi *reservasi* Adria *Fitness* (*E-Servqual*) serta akumulasi ulasan dari para anggotanya di *Google Review (E-WOM)* diduga memiliki korelasi kuat terhadap keputusan calon anggota baru untuk bergabung. Fenomena ini menunjukkan adanya urgensi untuk meneliti sejauh mana variabel *digital* tersebut memengaruhi minat beli konsumen.

Pada tahun 2023 jumlah member tercatat sebanyak 235 orang, kemudian menurun menjadi 167 orang pada tahun 2024 atau mengalami penurunan sebesar 28,9%. Selanjutnya, pada tahun 2025 jumlah membership kembali menurun menjadi 120 orang atau berkurang sebesar 28,1% dibandingkan tahun sebelumnya. Secara keseluruhan, selama tiga tahun terakhir jumlah membership Adria Fitness mengalami penurunan sebanyak 115 orang atau sekitar 48,9% dari jumlah member pada tahun 2023. Kondisi tersebut menunjukkan adanya penurunan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan sehingga perlu dilakukan evaluasi terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi maupun mempertahankan keanggotaan.

Ketidakkonsistenan antara kualitas layanan *digital* dan testimoni publik dapat menghambat pertumbuhan minat pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris bagaimana kontribusi *E-Servqual* dan *E-WOM* dalam membentuk niat konsumen untuk menggunakan jasa Adria *Fitness* Bintaro.

Hasil *pra-survei* untuk variabel *Electronic Service Quality* (X1) menunjukkan bahwa layanan *digital* Adria *Fitness* sudah cukup baik namun masih memerlukan optimalisasi di beberapa aspek. Berdasarkan data yang terkumpul dari 30 responden, indikator kecepatan respon sistem mendapatkan penilaian positif tertinggi, di mana 66,7% responden merasa sistem merespon perintah dengan cepat tanpa kendala teknis. Hal ini mengindikasikan bahwa infrastruktur dasar *platform digital* perusahaan memiliki performa yang stabil dalam menangani interaksi pengguna. Begitu pula pada aspek kemudahan penggunaan antarmuka, mayoritas responden (60%) menyatakan bahwa tampilan dan menu *platform* mudah dipahami, yang menunjukkan desain antarmuka telah cukup ramah pengguna (*user-friendly*).

Namun, terdapat catatan penting pada indikator keakuratan informasi, yang mencatatkan persentase jawaban "*No*" tertinggi yaitu sebesar 46,7%. Angka ini menunjukkan adanya celah komunikasi yang cukup signifikan, di mana hampir separuh responden merasa informasi *digital* seperti jadwal, harga, atau fasilitas belum sepenuhnya sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Meskipun secara umum layanan elektronik dinilai positif, tingginya angka ketidakakuratan informasi ini dapat menjadi hambatan dalam membangun kepercayaan pelanggan.

Hasil pra-survei variabel *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* pada Google *Review* Adria *Fitness* (X2) menunjukkan adanya tantangan serius terkait persepsi publik di ruang *digital*. Berdasarkan data dari 30 responden, indikator Intensitas menjadi satu-satunya aspek yang dinilai cukup baik, di mana 66,7% responden mengaku sering melihat ulasan baru yang muncul secara rutin . Hal ini menandakan bahwa interaksi *digital* di halaman Google *Review* Adria *Fitness* cukup aktif dan memiliki visibilitas yang tinggi di mata calon pelanggan.

Namun, tingginya intensitas tersebut tidak dibarengi dengan kualitas sentimen yang baik. Indikator Valensi Opini menunjukkan bahwa mayoritas responden (53,3%) justru tidak merasakan adanya kesan positif dari ulasan-ulasan yang mereka baca. Hal ini diperkuat oleh indikator Konten, di mana 56,7% responden merasa bahwa ulasan yang tersedia tidak memberikan gambaran yang jelas atau detail mengenai pengalaman nyata pelanggan. Temuan ini mengindikasikan adanya fenomena masalah berupa dominasi ulasan yang kurang memuaskan atau konten ulasan yang terlalu dangkal, sehingga gagal membangun citra positif bagi Adria *Fitness*. Kondisi ini berpotensi besar menghambat keyakinan calon pelanggan sebelum mereka memutuskan untuk mencoba layanan tersebut.

Hasil pra-survei variabel Minat Pelanggan (Y) menunjukkan gambaran yang cukup menantang bagi Adria *Fitness*, di mana sebagian besar indikator menunjukkan angka ketertarikan yang masih rendah di bawah 50% . Berasarkan data dari 30 responden, indikator Minat *Preferensial* mencatatkan angka terendah dengan 63,3% responden menyatakan "Tidak". Hal ini mengindikasikan bahwa Adria *Fitness* belum menjadi pilihan utama di mata calon pelanggan jika dibandingkan dengan kompetitor lain di wilayah sekitar. Kondisi ini diperkuat oleh Minat *Transaksional*, di mana 60% responden belum memiliki niat atau rencana untuk mendaftar menjadi anggota dalam waktu dekat .

Di sisi lain, terdapat potensi yang bisa digali melalui indikator Minat *Referensial*, yang merupakan satu-satunya indikator dengan mayoritas jawaban positif (56,7%). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun responden belum berminat untuk mendaftar sendiri, mereka masih merasa cukup tertarik untuk merekomendasikan tempat ini kepada orang lain. Sementara itu, pada Minat Eksploratif, terdapat pembagian yang seimbang (50% banding 50%) antara responden yang ingin mencari tahu lebih lanjut dengan yang tidak. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa masalah utama yang dihadapi adalah rendahnya konversi minat menjadi tindakan nyata (pendaftaran), yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh faktor layanan elektronik dan ulasan *digital* yang telah kita bahas sebelumnya.

Berdasarkan pemaparan fenomena di atas, peneliti memandang perlu untuk melakukan kajian mendalam dengan judul "Pengaruh *Electronic Service Quality (E-Servqual)* dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Google *Review* Terhadap Minat Pelanggan Pada Adria *Fitness* Bintaro Kota Jakarta Selatan". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Service Quality* (E-Servqual) terhadap minat

pelanggan pada Adria Fitness Bintaro Kota Jakarta Selatan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) melalui Google Review terhadap minat pelanggan pada Adria Fitness Bintaro Kota Jakarta Selatan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan *Electronic Service Quality* (E-Servqual) dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) melalui Google Review terhadap minat pelanggan pada Adria Fitness Bintaro Kota Jakarta Selatan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Menurut Rusiadi, et al (2016), penelitian asosiatif / kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Menurut Sugiono (2019), metode asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini metode penelitian asosiatif digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel X (variabel bebas yang terdiri dari *E-Servqual* (X1), dan *E-WOM* (X2) terhadap variabel Y yaitu Minat Pelanggan (variabel terikat), baik secara parsial maupun simultan.

Menurut Sugiyono (2022) "Populasi adalah jumlah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya". Sedangkan menurut Arikunto (2014), "Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian". Dari pengertian di atas, disimpulkan populasi adalah keseluruhan karakteristik atau sifat subjek atau objek yang dapat ditarik sebagai sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pelanggan Pada Adria *Fitness* Bintaro, yaitu n = 120.

Menurut Sugiyono (2022) "Sampel adalah jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi". Menurut Arikunto (2014), "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Dalam penelitian ini, sampel penelitiannya adalah Pelanggan Pada Adria *Fitness* Bintaro. Jumlah sample yang menjadi responden pada penelitian ini adalah sebanyak 92 orang.

Menurut Sugiyono (2022) berpendapat dalam sebuah penelitian jika jumlah populasinya dianggap terlalu besar maka penulis dapat mempersempit populasi dengan cara menghitung ukuran sample yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin agar *representative* dan hasilnya dapat digeneralisasi. Menurut Sugiono (2022) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sample untuk digunakan dalam penelitian. Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* menurut Sugiono (2018) adalah Teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan sumber data.

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiono (2022) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, Sedangkan menurut Wiratna (2014) "Data primer adalah daya uang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber".

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sedangkan menurut Wiratna (2014:74) data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas kuesioner dan studi kepustakaan. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk memperoleh data dari responden, sedangkan studi kepustakaan digunakan untuk memperoleh landasan teoritis yang relevan dengan penelitian.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2022), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan siapa variabel akan diukur dan mengetahui hal-hal yang diharapkan dari responden. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan atau

pernyataan yang berkaitan dengan *Electronic Service Quality* (E-Servqual), *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) melalui Google Review, dan minat pelanggan pada Adria Fitness Bintaro Kota Jakarta Selatan. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban.

Selain kuesioner, penelitian ini menggunakan studi kepustakaan untuk memperoleh berbagai teori, konsep, dan referensi yang relevan dengan permasalahan penelitian. Menurut Sugiyono (2022), studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berhubungan dengan nilai, budaya, dan norma yang diteliti serta memiliki peranan penting dalam penelitian karena penelitian tidak terlepas dari literatur ilmiah. Dalam penelitian ini, studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan dan mengkaji berbagai sumber ilmiah, seperti buku, jurnal penelitian, dan referensi akademik lainnya yang berkaitan dengan *Electronic Service Quality* (E-Servqual), *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), minat pelanggan, serta konsep-konsep lain yang mendukung penelitian.

Menurut Sugiyono (2022), analisis data dalam penelitian kuantitatif merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lainnya terkumpul. Kegiatan analisis data meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data berdasarkan variabel penelitian, penyajian data, perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Dalam penelitian ini, teknik analisis data digunakan untuk mengolah data mengenai *Electronic Service Quality* (E-Servqual), *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) Google Review, dan minat pelanggan pada Adria Fitness Bintaro Kota Jakarta Selatan.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan instrumen dalam mengukur variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2022), instrumen yang valid menunjukkan adanya kesesuaian antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Sementara itu, Ghozali (2022) menjelaskan bahwa suatu kuesioner dikatakan valid apabila setiap pertanyaan atau pernyataan mampu mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur melalui kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Product Moment Pearson*. Nilai korelasi setiap butir pernyataan dibandingkan dengan nilai *r tabel*. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel* pada taraf signifikansi 5%. Pengujian dilakukan dengan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 25.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur suatu variabel. Menurut Sugiyono (2022), instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang relatif konsisten apabila digunakan untuk mengukur objek yang sama. Ghozali (2022) menjelaskan bahwa reliabilitas berkaitan dengan konsistensi atau kestabilan jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner. Dalam penelitian ini, reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS versi 25. Penggunaan *Cronbach's Alpha* sesuai untuk menguji konsistensi internal instrumen yang menggunakan beberapa butir pernyataan dengan skala pengukuran bertingkat, seperti skala Likert.

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data penelitian dan tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti. Analisis ini dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*) dari jawaban responden pada setiap indikator maupun variabel penelitian.

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi persyaratan statistik sehingga hasil estimasi koefisien regresi dapat diinterpretasikan dengan baik. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap minat pelanggan. Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Service Quality* (X1) dan *Electronic Word of Mouth* (X2) secara simultan terhadap minat pelanggan (Y). Pengujian hipotesis dilakukan untuk memperoleh dasar empiris dalam menentukan apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui uji t dan uji F dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Menurut Arikunto (2021)

berpendapat "koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen" Berdasarkan dari pengertian ini maka koefisien determinasi merupakan bagian dari keragaman total dari variabel terikat yang dapat diperhitungkan oleh keragaman variabel bebas dihitung dengan koefisien determinasi dengan asumsi dasar faktor-faktor lain di luar variabel dianggap konstan. Menurut Sugiyono (2022), koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berikut merupakan hasil penelitian yang telah peniliti lakukan dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner, Adapun karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	61	66.3	66.3	66.3
	Perempuan	31	33.7	33.7	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 25, 2026.

Berdasarkan data deskriptif karakteristik responden menurut jenis kelamin yang disajikan pada tabel di atas, mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok laki-laki dengan frekuensi sebanyak 61 orang atau setara dengan 66,3% dari total sampel. Sementara itu, responden dengan jenis kelamin perempuan tercatat sebanyak 31 orang dengan persentase sebesar 33,7%. Komposisi ini menunjukkan bahwa pusat kebugaran Adria Fitness Bintaro memiliki basis pelanggan yang lebih banyak bersumber dari kalangan pria, meskipun pasar wanita tetap memberikan kontribusi yang signifikan terhadap total keanggotaan sebesar sepertiga bagian dari keseluruhan 92 responden yang diteliti..

Tabel 2. Usia Responden

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 35 Tahun	5	5.4	5.4	5.4
	17 - 25 Tahun	67	72.8	72.8	78.3
	25 - 35 Tahun	20	21.7	21.7	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 25, 2026.

Berdasarkan data deskriptif karakteristik responden menurut kategori usia yang ditunjukkan pada tabel di atas, kelompok usia 17 - 25 tahun mendominasi sampel penelitian dengan frekuensi sebanyak 67 orang atau setara dengan 72,8% dari keseluruhan total. Selanjutnya, kelompok usia 25 - 35 tahun menempati posisi kedua dengan frekuensi sebanyak 20 orang atau sebesar 21,7%, dan kelompok responden dengan usia di atas 35 tahun (> 35 Tahun) mencatatkan proporsi terkecil yaitu sebanyak 5 orang atau sebesar 5,4%. Distribusi ini mengindikasikan bahwa mayoritas pelanggan Adria Fitness Bintaro berada pada usia produktif muda, di mana rentang usia remaja akhir hingga dewasa awal menjadi pangsa pasar utama yang mendominasi keanggotaan dari total 92 responden yang diteliti.

Tabel 3. Pendidikan Responden

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	9	9.8	9.8	9.8
	S1	13	14.1	14.1	23.9
	SMA/Sederajat	70	76.1	76.1	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 25, 2026.

Berdasarkan data deskriptif karakteristik responden menurut tingkat pendidikan terakhir yang dimuat pada tabel di atas, kelompok responden dengan latar belakang pendidikan SMA/Sederajat mendominasi sampel penelitian dengan frekuensi sebanyak 70 orang atau sebesar 76,1% dari total keseluruhan. Selanjutnya, responden dengan tingkat pendidikan Diploma 3 (D3) mencatatkan frekuensi sebanyak 9 orang atau setara dengan 9,8%, sedangkan kelompok responden dengan tingkat pendidikan Strata 1 (S1) berjumlah 13 orang dengan persentase sebesar 14,1%. Distribusi ini mengindikasikan bahwa mayoritas pelanggan Adria Fitness Bintaro didominasi oleh individu berpendidikan menengah atas, yang selaras dengan temuan karakteristik usia sebelumnya di mana kelompok pelajar, mahasiswa tingkat awal, atau segmen usia remaja akhir menjadi pilar utama keanggotaan dari total 92 responden yang diteliti.

Tabel 4. Pekerjaan Responden

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	40	43.5	43.5	43.5
	Lainnya	13	14.1	14.1	57.6
	Mahasiswa	25	27.2	27.2	84.8
	Pegawai Negeri	10	10.9	10.9	95.7
	Pelajar	4	4.3	4.3	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 25, 2026.

Berdasarkan data deskriptif karakteristik responden menurut jenis pekerjaan yang disajikan pada tabel di atas, mayoritas responden didominasi oleh kelompok Karyawan Swasta dengan frekuensi sebanyak 40 orang atau sebesar 43,5% dari keseluruhan sampel. Selanjutnya, kelompok Mahasiswa menempati posisi kedua terbesar dengan jumlah 25 orang atau setara dengan 27,2%, diikuti oleh kategori Lainnya sebanyak 13 orang atau sebesar 14,1%, serta Pegawai Negeri sebanyak 10 orang atau sebesar 10,9%. Adapun proporsi terkecil ditempati oleh kelompok Pelajar yaitu sebanyak 4 orang atau sebesar 4,3%. Distribusi ini menunjukkan bahwa segmentasi pasar terbesar dari Adria Fitness Bintaro berasal dari kalangan usia produktif yang telah bekerja (karyawan swasta dan pegawai negeri) serta kelompok akademis (mahasiswa dan pelajar) yang secara keseluruhan menyusun total 92 responden dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
E-ServQual	92	18	30	24.74	3.275
E-WOM	92	16	30	24.46	3.976
Minat Pelanggan	92	20	39	30.75	5.245
Valid N (listwise)	92				

Sumber: Output SPSS versi 25, 2026.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan IBM SPSS terhadap 92 responden (N = 92), diperoleh gambaran umum mengenai statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian. Variabel *Electronic Service Quality (E-Servqual)* menunjukkan nilai skor minimum sebesar 18 dan maksimum sebesar 30, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 24,74 serta standar deviasi sebesar 3,275. Selanjutnya, variabel *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* memiliki rentang nilai dari skor minimum 16 hingga skor maksimum 30, dengan capaian nilai rata-rata sebesar 24,46 dan nilai standar deviasi sebesar 3,976. Sementara itu, variabel Minat Pelanggan mencatatkan nilai skor minimum sebesar 20 dan maksimum sebesar 39, dengan perolehan nilai rata-rata tertinggi sebesar 30,75 serta standar deviasi sebesar 5,245.

Tingginya nilai rata-rata (mean) pada ketiga variabel tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas responden memberikan persepsi yang sangat positif terhadap kualitas layanan elektronik yang disediakan serta penyebaran informasi atau ulasan *digital* mengenai Adria Fitness Bintaro.

Ghozali (2021:52) berpendapat "suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut". Suatu data dikatakan valid jika memiliki nilai r hitung > r tabel, dengan hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Validitas *E- ServQual*

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.781	0.205	Valid
2	0.841	0.205	Valid
3	0.798	0.205	Valid
4	0.756	0.205	Valid
5	0.838	0.205	Valid
6	0.823	0.205	Valid

Sumber: Olah Data Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel *E-Servqual*, seluruh butir pernyataan valid, karena menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,205.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas *E- WOM*

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.799	0.205	Valid
2	0.838	0.205	Valid
3	0.783	0.205	Valid
4	0.795	0.205	Valid
5	0.916	0.205	Valid
6	0.924	0.205	Valid

Sumber: Olah Data Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel *E-WOM*, seluruh butir pernyataan valid, karena menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,205.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Minat Pelanggan

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.760	0.205	Valid
2	0.782	0.205	Valid
3	0.748	0.205	Valid
4	0.833	0.205	Valid
5	0.908	0.205	Valid
6	0.935	0.205	Valid
7	0.937	0.205	Valid
8	0.948	0.205	Valid

Sumber: Olah Data Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel Minat Pelanggan, seluruh butir pernyataan valid, karena menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,205.

Sugiyono (2021) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama, data dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60, berikut hasil pengujian reliabilitas:

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
1	*E-Servqual*	0.891	Reliabel
2	*E-WOM*	0.917	Reliabel
3	Minat Pelanggan	0.951	Reliabel

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Nilai *Cronbach's Alpha* variabel Kualitas *E-Servqual* sebesar 0,891 > 0,60 sehingga variabel *E-Servqual* dinyatakan reliabel dan layak digunakan. Nilai *Cronbach's Alpha* variabel Kualitas *E-WOM* sebesar 0,917 > 0,60 sehingga variabel *E-WOM* dinyatakan reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* variabel Minat Pelanggan sebesar 0,951 > 0,60 sehingga variabel *E-WOM* dinyatakan reliabel. Oleh karena itu, seluruh variabel dapat dikatakan memenuhi persyaratan reliabilitas sehingga dapat dilanjutkan untuk analisis statistik.

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak dengan membandingkan nilai signifikansi > 0,05. Adapun hasil pengujian berikut:

Tabel 10. Output Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.60835854
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.066
	Negative	-.107
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.111[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Pada hasil pengujian didapati nilai signifikansi sebesar 0,111 > 0,05 maka dapat disimpulkan seluruh data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Pada pengujian multikolinearitas, dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel independen terjadi kesamaan varian, pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10.

Tabel 11. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.407	2.145		-.190	.850		
	E-ServQual	.539	.193	.337	2.799	.006	.192	5.204
	E-WOM	.729	.159	.552	4.593	.000	.192	5.204

a. Dependent Variable: Minat Pelanggan

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Pada hasil pengujian multikolinearitas didapati nilai *tolerance* sebesar 0,192 > 0,10 dan VIF 5,204 < 10 maka dapat diambil kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain, pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai sig. > 0,05.

Tabel 12. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.539	1.340		-1.148	.254
	E-ServQual	.157	.120	.304	1.307	.195
	E-WOM	-.016	.099	-.036	-.156	.876

a. Dependent Variable: RES

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Pada hasil pengujian heteroskedastisitas, diketahui nilai signifikansi pada *E-Servqual* sebesar 0,195 dan 0,876 pada *E-WOM*, maka dapat diambil kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Sugiyono (2021:275), menjelaskan bahwa "Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti apabila ingin meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor di naik turunkan nilainya".

Tabel 13. Analisis Regresi Linear *E-Servqual* Terhadap Minat Pelanggan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2.261	2.330		-.970	.334
	E-ServQual	1.334	.093	.833	14.288	.000

a. Dependent Variable: Minat Pelanggan

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear sederhana yang ditunjukkan pada tabel *Coefficients* di atas, diperoleh persamaan regresi linier sederhana yaitu

$$Y = -2{,}261 + 1{,}334X.$$

Nilai konstanta (a) sebesar -2,261 menunjukkan bahwa apabila variabel *Electronic Service Quality (E-Servqual)* bernilai konstan atau sama dengan nol, maka variabel Minat Pelanggan diprediksi akan bernilai sebesar -2,261. Sementara itu, koefisien regresi variabel *E-Servqual* (b) bernilai positif sebesar 1,334, yang berarti setiap terjadi peningkatan kualitas layanan *digital* atau *E-Servqual* sebesar satu satuan, maka nilai Minat Pelanggan Adria Fitness Bintaro akan mengalami kenaikan sebesar 1,334 satuan. Hubungan positif ini diperkuat dengan nilai *Standardized Coefficients* Beta sebesar 0,833, yang mengindikasikan adanya pengaruh searah yang kuat antara kedua variabel tersebut.

Tabel 14. Analisis Regresi Linear *E-WOM* Terhadap Minat Pelanggan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.171	1.787		1.775	.079
	E-WOM	1.128	.072	.855	15.635	.000

a. Dependent Variable: Minat Pelanggan

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear sederhana yang ditunjukkan pada tabel *Coefficients* di atas, diperoleh persamaan regresi linier sederhana yaitu

$$Y = 3{,}171 + 1{,}128X.$$

Nilai konstanta (a) sebesar 3,171 menunjukkan bahwa apabila variabel *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* bernilai konstan atau sama dengan nol, maka variabel Minat Pelanggan diprediksi akan bernilai sebesar 3,171. Sementara itu, koefisien regresi variabel *E-WOM* (b) bernilai positif sebesar 1,128, yang berarti setiap terjadi peningkatan ulasan *digital* atau *E-WOM* sebesar satu satuan, maka nilai Minat Pelanggan Adria Fitness Bintaro akan mengalami kenaikan sebesar 1,128 satuan. Hubungan positif ini diperkuat dengan nilai *Standardized Coefficients* Beta sebesar 0,855, yang mengindikasikan adanya pengaruh searah yang sangat kuat antara kedua variabel tersebut.

Tabel 15. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.407	2.145		-.190	.850
	E-ServQual	.539	.193	.337	2.799	.006
	E-WOM	.729	.159	.552	4.593	.000

a. Dependent Variable: Minat Pelanggan

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Berikut adalah narasi formal hasil uji analisis regresi linear berganda (untuk menguji pengaruh *E-Servqual* dan *E-WOM* secara bersama-sama terhadap Minat Pelanggan) pada Bab 4 skripsi Anda, yang disajikan dalam satu kesatuan paragraf utuh:

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda yang ditunjukkan pada tabel *Coefficients* di atas, diperoleh persamaan regresi berganda yaitu

$$Y = -0{,}407 + 0{,}539X_1 + 0{,}729X_2.$$

Nilai konstanta (a) sebesar -0,407 menunjukkan bahwa apabila variabel *Electronic Service Quality (E-Servqual)* dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* bernilai konstan atau sama dengan nol, maka variabel Minat Pelanggan diprediksi akan bernilai sebesar -0,407. Koefisien regresi variabel *E-Servqual* (b_1) bernilai positif sebesar 0,539, yang berarti setiap terjadi peningkatan *E-Servqual* sebesar satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap, maka nilai Minat Pelanggan Adria Fitness Bintaro akan mengalami kenaikan sebesar 0,539 satuan. Begitu pula dengan koefisien regresi variabel *E-WOM* (b_2) yang bernilai positif sebesar 0,729, mengindikasikan bahwa setiap kenaikan *E-WOM* sebesar satu satuan akan meningkatkan Minat Pelanggan sebesar 0,729 satuan. Hubungan searah ini juga ditunjukkan oleh nilai *Standardized Coefficients* Beta, di mana *E-WOM* memiliki kontribusi pembentukan minat yang lebih dominan (0,552) dibandingkan *E-Servqual* (0,337).

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui tingkat hubungan variabel independent terhadap dependen baik secara parsial maupun simultan, Adapun hasil perhitungan dibandingkan dengan skala koefisien korelasi dengan hasil berikut:

Tabel 16. Analisis Koefisien Korelasi *E-Servqual* Terhadap Minat Pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833[a]	.694	.691	2.917

a. Predictors: (Constant), E-ServQual

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi yang ditunjukkan pada tabel *Model Summary* di atas, diperoleh nilai korelasi atau hubungan sebesar 0,833, yang mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan searah antara variabel *Electronic Service Quality (E-Servqual)* dengan variabel Minat Pelanggan Adria Fitness Bintaro.

Tabel 17. Analisis Koefisien Korelasi *E-WOM* Terhadap Minat Pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855[a]	.731	.728	2.736

a. Predictors: (Constant), E-WOM

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi yang ditunjukkan pada tabel *Model Summary* di atas, diperoleh nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,855, yang mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan searah antara variabel *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* dengan variabel Minat Pelanggan Adria Fitness Bintaro.

Tabel 18. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868[a]	.753	.747	2.638

a. Predictors: (Constant), E-WOM, E-ServQual

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi berganda diperoleh nilai korelasi atau hubungan (R) secara bersama-sama sebesar 0,868, yang mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan searah antara variabel *Electronic Service Quality (E-Servqual)* dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* secara simultan dengan variabel Minat Pelanggan Adria Fitness Bintaro.

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui besaran pengaruh yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependen dan disajikan dalam bentuk persentase, dengan hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 19. Analisis Koefisien Determinasi *E-Servqual* Terhadap Minat Pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833[a]	.694	.691	2.917

a. Predictors: (Constant), E-ServQual

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh adalah sebesar 0,694. Nilai ini menunjukkan bahwa kontribusi atau variasi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen yaitu *E-Servqual* terhadap perubahan variabel dependen yaitu Minat Pelanggan adalah sebesar 69,4%. Sementara itu, sisanya sebesar 30,6% (100% - 69,4%)

Tabel 20. Analisis Koefisien Determinasi *E-WOM* Terhadap Minat Pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855[a]	.731	.728	2.736

a. Predictors: (Constant), E-WOM

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh adalah sebesar 0,731. Nilai ini menunjukkan bahwa kontribusi atau variasi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen yaitu *E-WOM* terhadap perubahan variabel dependen yaitu Minat Pelanggan adalah sebesar 73,1%. Sementara itu, sisanya sebesar 26,9% (100% - 73,1%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini yang tidak ikut diteliti.

Tabel 21. Output Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868[a]	.753	.747	2.638

a. Predictors: (Constant), E-WOM, E-ServQual

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh adalah sebesar 0,753. Nilai ini menunjukkan bahwa kontribusi atau variasi pengaruh gabungan yang diberikan oleh variabel independen yaitu *E-Servqual* dan *E-WOM* secara bersama-sama terhadap perubahan variabel dependen yaitu Minat Pelanggan adalah sebesar 75,3%. Sementara itu, sisanya sebesar 24,7% (100% - 75,3%) dijelaskan oleh faktor-faktor atau variabel lain di luar model linear berganda ini yang tidak ikut diteliti dalam penelitian ini.

Menurut Ghozali (2021:98-99), "Uji t atau uji signifikan parameter individual yang mana uji ini menunjukan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen".

Tabel 22. Hasil Uji T *E-Servqual* Terhadap Minat Pelanggan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2.261	2.330		-.970	.334
	E-ServQual	1.334	.093	.833	14.288	.000

a. Dependent Variable: Minat Pelanggan

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Untuk pengujian hipotesis (Uji t), diperoleh nilai t_{hitung} variabel *E-Servqual* sebesar 14,288. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan t_{tabel} untuk $N = 92$ dengan derajat bebas df = 90 (df = 92 − 2) pada tingkat signifikansi 5%, yaitu sebesar 1,986. Karena nilai t_{hitung} (14,288) > t_{tabel} (1,986) dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari nilai $\alpha = 0{,}05$.

Dengan demikian, hasil pengujian ini memberikan kesimpulan bahwa variabel *Electronic Service Quality (E-Servqual)* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Pelanggan Adria Fitness Bintaro.

Tabel 23. Hasil Uji T *E-WOM* Terhadap Minat Pelanggan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.171	1.787		1.775	.079
	E-WOM	1.128	.072	.855	15.635	.000

a. Dependent Variable: Minat Pelanggan

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Untuk pengujian hipotesis (Uji t), diperoleh nilai t_{hitung} variabel *E-WOM* sebesar 15,635. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan t_{tabel} untuk $N = 92$ dengan derajat bebas df = 90 (df = 92 − 2) pada tingkat signifikansi 5%, yaitu sebesar 1,986. Karena nilai t_{hitung} (15,635) > t_{tabel} (1,986) dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari nilai $\alpha = 0{,}05$, maka keputusan yang diambil adalah menolak H_0 dan menerima H_a. Dengan demikian, hasil pengujian ini memberikan kesimpulan bahwa variabel *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Pelanggan Adria Fitness Bintaro.

Pengujian ini dilakukan untuk membuktikan hipotesis secara simultan, dalam penelitian ini pembuktian yang ingin dilakukan adalah pengaruh *E-Servqual* dan *E-WOM* terhadap Minat Pelanggan, Adapun persyaratan pengujian adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Perhitungan F tabel dilakukan dengan rumus df = n – k – 1 = 98 – 2 – 1, maka F tabel 3,10.

Tabel 24. Hasil uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1884.128	2	942.064	135.424	.000[b]
	Residual	619.122	89	6.956		
	Total	2503.250	91			

a. Dependent Variable: Minat Pelanggan

b. Predictors: (Constant), E-WOM, E-ServQual

Sumber: Output SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji kelayakan model yang ditunjukkan pada tabel *ANOVA* di atas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 135,424. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai F_{tabel} yang dihitung berdasarkan derajat bebas (df) regresi sebagai $df_1 = 2$ (jumlah variabel independen) dan df residual sebagai $df_2 = 89$ ($N - k - 1$ atau 92 − 2 − 1), pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0{,}05$), sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,10. Melalui perbandingan tersebut, diketahui bahwa nilai F_{hitung} (135,424) > F_{tabel} (3,10) dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari nilai $\alpha = 0{,}05$. Berdasarkan hasil perbandingan tersebut, keputusan pengujian hipotesis secara simultan adalah menolak H_0 dan menerima H_a. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Electronic Service Quality (E-Servqual)* dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Minat Pelanggan Adria Fitness Bintaro, serta menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan sudah layak (*fit*) untuk memprediksi perubahan minat tersebut.

Pembahasan

Pengaruh *E-Servqual* terhadap Minat Pelanggan

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh persamaan regresi linear sederhana Y = -2,261 + 1,334X_1. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan *Electronic Service Quality (E-Servqual)* sebesar satu satuan akan meningkatkan Minat Pelanggan sebesar 1,334 satuan, sehingga semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan Adria Fitness Bintaro, maka semakin tinggi pula minat pelanggan untuk

menggunakan layanan yang ditawarkan. Hubungan tersebut diperkuat dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,833 yang menunjukkan hubungan sangat kuat dan searah antara *E-Servqual* dengan Minat Pelanggan. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,694 menunjukkan bahwa 69,4% variasi Minat Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *E-Servqual*, sedangkan 30,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai t hitung sebesar 14,288 > t tabel 1,987 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, *Electronic Service Quality (E-Servqual)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pelanggan Adria Fitness Bintaro.

Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan *digital*, seperti kemudahan penggunaan aplikasi atau website, keakuratan informasi, kecepatan respons sistem, keamanan transaksi, dan kemudahan memperoleh informasi layanan mampu meningkatkan kepercayaan serta ketertarikan calon pelanggan untuk menggunakan jasa Adria Fitness Bintaro. Semakin baik pengalaman *digital* yang dirasakan pelanggan, semakin besar pula keinginan mereka untuk menjadi anggota maupun menggunakan layanan yang tersedia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pradana et al. (2021) yang menyatakan bahwa *E-Servqual* berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer revisit intention pada industri gym. Persamaan penelitian terletak pada penggunaan variabel Electronic Service Quality sebagai variabel independen dengan pendekatan kuantitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian. Penelitian terdahulu dilakukan pada industri gym secara umum, sedangkan penelitian ini dilakukan pada Adria Fitness Bintaro Kota Jakarta Selatan.

Pengaruh *E-WOM* terhadap Minat Pelanggan

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh persamaan regresi linear sederhana $Y = 3{,}171 + 1{,}128X_2$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* sebesar satu satuan akan meningkatkan Minat Pelanggan sebesar 1,128 satuan. Hubungan kedua variabel diperkuat dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,855 yang termasuk kategori sangat kuat. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,731 menunjukkan bahwa 73,1% perubahan Minat Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, sedangkan 26,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai t hitung sebesar 15,635 > t tabel 1,987 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Google Review berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pelanggan Adria Fitness Bintaro.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa ulasan pelanggan pada Google Review memiliki peran penting dalam membentuk persepsi calon pelanggan sebelum menggunakan jasa Adria Fitness. Semakin banyak ulasan positif, informasi yang lengkap, serta pengalaman pelanggan yang dibagikan melalui Google Review, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan dan minat masyarakat untuk bergabung menjadi anggota Adria Fitness Bintaro.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Lestari dan Hartono (2023) yang menyatakan bahwa *Electronic Word of Mouth* di Google Review mampu meningkatkan minat beli dan keputusan berkunjung konsumen. Persamaan penelitian terletak pada penggunaan variabel *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* sebagai variabel independen, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian terdahulu dilakukan pada objek wisata, sedangkan penelitian ini dilakukan pada Adria Fitness Bintaro Kota Jakarta Selatan.

Pengaruh *E-Servqual* dan *E-WOM* terhadap Minat Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi $Y = -0{,}407 + 0{,}539X_1 + 0{,}729X_2$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa Electronic Service Quality dan *Electronic Word of Mouth* sama-sama memiliki koefisien regresi positif, sehingga peningkatan kualitas layanan elektronik maupun kualitas ulasan *digital* akan meningkatkan Minat Pelanggan Adria Fitness Bintaro. Bahkan berdasarkan nilai Standardized Beta, variabel *Electronic Word of Mouth* (0,552) memberikan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan *Electronic Service Quality* (0,337) dalam meningkatkan Minat Pelanggan.

Hasil analisis koefisien korelasi berganda menunjukkan nilai R sebesar 0,868, yang berarti hubungan antara *Electronic Service Quality* dan *Electronic Word of Mouth* secara bersama-sama terhadap Minat Pelanggan berada pada kategori sangat kuat. Sementara itu, nilai R Square sebesar 0,753 menunjukkan bahwa 75,3% variasi Minat Pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut, sedangkan 24,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Hasil uji simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 135,424 > F tabel 3,10 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian, *Electronic Service Quality* dan *Electronic Word of Mouth* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pelanggan Adria Fitness Bintaro.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan Adria Fitness Bintaro dalam menarik minat pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan *digital* yang diberikan, tetapi juga oleh reputasi *digital* yang terbentuk melalui Google Review. Layanan *digital* yang mudah digunakan akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, sedangkan ulasan positif dari pelanggan lain akan memperkuat kepercayaan calon pelanggan. Kombinasi kedua faktor tersebut menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan Adria Fitness Bintaro.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, *Electronic Service Quality* (E-Servqual) dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) Google Review terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan pada Adria Fitness Bintaro Kota Jakarta Selatan. Secara parsial, E-Servqual memiliki hubungan yang sangat kuat dengan minat pelanggan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,833 dan kontribusi sebesar 69,4%, sedangkan E-WOM Google Review memiliki hubungan yang sangat kuat dengan koefisien korelasi sebesar 0,855 dan kontribusi sebesar 73,1%. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan dengan koefisien korelasi sebesar 0,868 dan koefisien determinasi sebesar 75,3%. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa peningkatan kualitas layanan elektronik dan pengelolaan ulasan pelanggan melalui Google Review merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat pelanggan, meskipun masih terdapat 24,7% variasi minat pelanggan yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, Adria Fitness Bintaro disarankan untuk meningkatkan kualitas *Electronic Service Quality*, khususnya pada aspek *responsiveness*, melalui percepatan respons terhadap pertanyaan dan keluhan pelanggan, pembaruan informasi layanan secara berkala, serta optimalisasi sistem reservasi dan komunikasi *digital*. Pengelolaan *Electronic Word of Mouth* melalui Google Review juga perlu diperkuat dengan mendorong pelanggan memberikan ulasan yang informatif dan menanggapi ulasan maupun masukan secara aktif. Selain itu, peningkatan minat pelanggan dapat dilakukan melalui program keanggotaan yang fleksibel, promosi yang menarik, serta peningkatan kualitas fasilitas dan pengalaman pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain, seperti harga, *brand image*, *customer trust*, *digital marketing*, dan *customer experience*, serta menggunakan objek dan jumlah responden yang lebih beragam untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan memiliki generalisasi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2014). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.

Arikunto, S. (2021). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2022). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Lestari, & Hartono. (2023). Pengaruh electronic word of mouth di Google Review terhadap keputusan berkunjung. *Jurnal Riset Manajemen, 10*(1).

Pradana, et al. (2021). Pengaruh E-Servqual terhadap customer revisit intention pada gym di Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Organisasi,* 12(*2*).

Rusiadi, Subiantoro, N., & Hidayat, R. (2016). *Metode penelitian: Manajemen, akuntansi dan ekonomi pembangunan, konsep, kasus dan aplikasi SPSS, EViews, Amos, Lisrel*. USU Press.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Ed. 2, Cet. 1). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Ed. 2, Cet. 29). Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Pustaka Baru Press.