ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PADA KEPUASAN DAN BERDAMPAK PADA PENCIPTAAN *WORD OF MOUTH*

(Studi Pada Pelanggan Paket Internet Simpati Di Kota Bandar Lampung)

OLEH

M DHIAN PRATAMA
(1111011081)

Perusahaan dituntut untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat dalam penjualan produk atau jasanya, salah satu strategi pemasaran yang selalu menjadi fenomena yang menarik adalah *word of mouth* atau biasa disebut dengan promosi dari getok tular. Dalam penciptaan *word of mouth* yang positif, perusahaan harus menciptakan terlebih dahulu kepuasan dan kualitas pelayanan yang baik. Dengan kualitas pelayanan yang baik diharapkan konsumen yang merasakannya akan memiliki pengalaman yang baik dan merasa puas serta akan terciptanya *word of mouth* yang positif.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan, dan untuk mengkaji dan menganalisis ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara kepuasan terhadap terciptanya *word of mouth*. Hipotesis dalam penelitian ini adalah, (1) Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan, dan (2) Kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan pada penciptaan *word of mouth.* Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Dalam analisis data penelitian ini menggunakan metode uji regresi linear dalam rangka mendapatkan kesimpulan.

Berdasarkan hasil pembahasan, hipotesis yang dirumuskan dapat diterima. Hal ini didasarkan pada hasil pengujian analisis determinasi yang menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan koofesien determinasi sebesar R^2= 0.508 yang berarti variabel X (Kualitas Layanan) mempengaruhi variabel Y (Kepuasan) sebesar 50,8% dan sisanya sebesar 49,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan pengaruh kepuasan terhadap *word of mouth* juga dapat diterima dengan koofesien determinasi sebesar R^2= 0.596 berarti sumbangan variabel Y (Kepuasan) berperan dalam mempengaruhi setiap variabel Z (*Word Of Mouth*) sebesar 59,6% dan sisanya sebesar 40,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan, *Word Of Mouth*, Strategi Pemasaran