

## ABSTRAK

Organisasi internasional untuk standarisasi atau ISO merupakan organisasi independen non pemerintah, yang anggotanya adalah organisasi standard dari 168 negara anggota. ISO secara sukarela mengembangkan standard internasional dan memfasilitasi perdagangan dunia melalui suatu standar yang umum antar negara. Standar ini membantu peningkatan produktivitas bisnis dengan meminimalkan eror dan pemborosan. Sertifikasi ISO dilakukan oleh lembaga sertifikasi. EQA Indonesia merupakan salah satu lembaga sertifikasi yang terakreditasi oleh *United Kingdom Accreditation Service (UKAS)* dan *ANSI-ASQ National Accreditation Board (ANAB)*. Tingginya persaingan memaksa lembaga sertifikasi melakukan peningkatan strategi yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan untuk memilih lembaga sertifikasi tersebut untuk melakukan sertifikasi ISO. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa dan menguji pengaruh *Word of Mouth*, *Customer Value* dan *Brand Image* sebagai variabel interfining terhadap keputusan memilih lembaga sertifikasi ISO.

Penelitian dilakukan secara survey terhadap 152 responden yang merupakan perwakilan perusahaan yang pernah menggunakan jasa sertifikasi pada lembaga sertifikasi EQA Indonesia Cabang Semarang dengan wilayah operasi meliputi wilayah Jawa Tengah dan Yogyakarta. Teknik analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan *Structural Equation Model (SEM)* yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS versi 20.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Word of Mouth*, *Customer Value* dan *Brand Image* sebagai variabel interfining memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Memilih Lembaga Sertifikasi ISO. *Word of mouth (WOM)* memiliki pengaruh lebih efektif dalam keputusan memilih lembaga sertifikasi dibanding *customer value*.

Kata kunci : *word of mouth, customer value, brand image dan keputusan memilih lembaga sertifikasi ISO*