

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan *electronic word of mouth* terhadap kepuasan konsumen dan citra merek sebagai variabel intervening pada konsumen Anteraja. Masalah penelitian ini adalah rendahnya tingkat kepuasan konsumen Anteraja akibat berbagai permasalahan yang menyebabkan volume pengiriman jasa ekspedisi Anteraja tidak mampu bersaing dengan perusahaan sejenis. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 210 responden yang berdomisili di wilayah Kota Semarang dengan rentang usia 15 sampai 45 tahun dan pernah menggunakan jasa ekspedisi Anteraja minimal satu kali dalam kurun waktu tiga bulan terakhir.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner yang disebar secara *online* melalui media sosial melalui penggunaan *Google Form* untuk diisi oleh pengguna ekspedisi Anteraja khususnya di wilayah Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Penelitian ini mengembangkan model teoritis dengan mengajukan lima hipotesis yang akan dianalisis menggunakan Structural Equation Model (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. Oleh karena itu, citra merek dapat berperan sebagai variabel intervening yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: kualitas layanan, *electronic word of mouth*, citra merek, kepuasan konsumen