

ABSTRAK

Alumni pada perguruan tinggi menggambarkan kondisi lulusan setelah menyelesaikan pendidikan, baik dari aspek pengalaman akademik, kesiapan kerja, kepuasan terhadap institusi, pencapaian karier, hingga hubungan emosional dengan almamater. Alumni merupakan representasi nyata dari hasil proses pendidikan yang telah dijalankan oleh suatu institusi. Profil alumni dapat dilihat dari kemampuan adaptasi di dunia kerja, keterampilan interpersonal, kompetensi profesional, keterlibatan dalam jejaring sosial dan profesi, serta kontribusi mereka dalam membangun reputasi fakultas melalui rekomendasi atau *word of mouth* positif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *alumni satisfaction* dalam memediasi pengaruh *perceived service performance* dan *institutional image* terhadap *word of mouth* (WOM) pada alumni Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya WOM sebagai sarana komunikasi yang mampu membentuk reputasi institusi pendidikan tinggi melalui pengalaman dan rekomendasi alumni. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Alumni Fakultas Psikologi dengan masa kelulusan 0-3 tahun. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 213 responden. Metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *Google Form*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan AMOS 22.0 sebagai alat analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *institutional image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *alumni satisfaction*, *perceived service performance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM, serta *alumni satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM. Sebaliknya, *perceived service performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *alumni satisfaction* dan *institutional image* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap WOM. Selain itu, *alumni satisfaction* terbukti mampu memediasi pengaruh *institutional image* terhadap WOM secara penuh.

Keywords: *perceived service performance, institutional image, alumni satisfaction, word of mouth*