

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efektivitas iklan dan kualitas pelayanan terhadap reputasi dan kepuasan pelanggan serta dampak pengaruhnya terhadap minat WOM telepon rumah PT Telkom. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah efektivitas iklan dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, kemudian, reputasi dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, dan minat WOM sebagai variabel dependen.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 responden pelanggan telepon rumah yang berada di kota Semarang. Metode yang digunakan adalah *Accidental Sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Dalam penelitian ini dikembangkan suatu model teoritis dengan mengajukan enam hipotesis yang akan diuji menggunakan alat analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS 20.0.

Berdasarkan hasil dari pengolahan data SEM untuk model penuh telah memenuhi kriteria *goodness of fit* sebagai berikut: nilai *chi-square* = 145,601; *probability* = 0,137; RMSEA = 0,031; CMIN/DF = 1,138; GFI = 0,905; AGFI = 0,873; TLI = 0,986; CFI = 0,988. Dengan hasil yang demikian dapat dikatakan bahwa model ini layak untuk digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat WOM dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai penentu keberhasilan meningkatkan minat WOM.

Kata kunci: efektivitas iklan, kualitas pelayanan, reputasi, kepuasan pelanggan, minat WOM