ABSTRAK

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor kunci bagi keberhasilan sebuah perusahaan yang menawarkan produk atau jasa. Tidak ada yang lebih penting selain menempatkan masalah *word of mouth* (*WOM)* terhadap pelanggan melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnisnya. Jika pelayanan yang diberikan pada pelanggan itu baik dan memuaskan, maka akan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Peningkatan *WOM* pelanggan berdampak langsung pada tingkah laku dan sikap pelanggan dengan adanya penurunan keluhan, penambahan kepercayaan dan pengulangan pembelian produk oleh pelanggan. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan periferal terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap minat *Word of Mouth*

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Populasi yang digunakan adalah pelanggan bengkel PT. Nasmoco Gombel Semarang. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 150 orang dengan teknik pemilihan sampel non-probability samplingnya menggunakan teknik *purposive sampling*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan periferal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat *Word of Mouth*. Pada model 1, kualitas pelayanan inti memberikan pengaruh yang paling besar kepada kepuasan pelanggan sebesar 0,423. Pada model 2, kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang paling besar kepada minat *Word of Mouth* sebesar 0,390.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Inti, Kualitas Pelayanan Periferal, Kepuasan Pelanggan, Minat *Word of Mouth*