

Adik dan semua sahabatku.

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan, kualitas, dan *experiential marketing* terhadap terciptanya *word of mouth* pada situs jejaring social Facebook . Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu kepuasan, kualitas, dan *experiential marketing* dengan satu variabel dependen yakni *word of mouth*. Penggunaan variabel-variabel pada penelitian ini diharapkan bisa mengetahui bagaimanakah proses yang terjadi dan apa sajakah faktor-faktor pendorong terciptanya *word of mouth* pada situs facebook.

Sampel penelitian ini adalah pemilik akun Facebook dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang dibagi berdasarkan program studi yaitu reguler 1, reguler 2 dan program D3. sampel diambil dengan tehnik non probability sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu uji reliabilitas dan validitas, uji asumsi klasik, uji t dan uji F, koefisien determinasi serta analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis data, menunjukkan bahwa: variabel kualitas mempunyai pengaruh positif dan berpengaruh terbesar terhadap *word of mouth* facebook, variabel *experiential marketing* mempunyai pengaruh positif terhadap *word of mouth* facebook . Adapun variabel kepuasan mempunyai pengaruh positif yang paling kecil terhadap *word of mouth* facebook.

Kata kunci: Kepuasan, Kualitas, *Experiential Marketing*, *Word Of Mouth*