

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya penurunan penjualan smartphone Blackberry dalam kurun waktu 2011-2013. Penurunan penjualan ini menunjukkan adanya penurunan tingkat loyalitas pelanggan pada produk smartphone Blackberry sehingga dapat dirumuskan dalam penelitian ini bahwa bagaimana loyalitas seorang pelanggan terhadap smartphone Blackberry di tengah fenomena persaingan smartphone yang semakin ketat yang berdasarkan pada citra produk dan kepuasan pelanggan melalui *word of mouth* sebagai variabel intervening. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung citra produk dan kepuasan terhadap loyalitas, melalui *word of mouth* sebagai variable intervening.

Data diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap 112 konsumen di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Lima hipotesis diformulasikan dan diuji menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelian ini menunjukkan bahwa hubungan kausalitas antar variabel-variabel yang mempengaruhi dengan kriteria *Goodness of Fit* yaitu Chi-square= 68,327; Significance probability = 0,079; RMSEA = 0,075; CMIN/DF = 1,921; TLI = 0,978; CFI = 0,960; GFI = 0,972 dan AGFI = 0,934. Diantaranya bahwa citra produk berpengaruh positif terhadap *word of mouth*. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap *word of mouth*. Citra produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. *Word of mouth* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Citra produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dan *Word Of Mouth*