

## ABSTRAKSI

Penelitian ini memfokuskan pada faktor-faktor yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan serta dampaknya terhadap word of mouth. Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi serta berubahnya pola pikir dan perilaku masyarakat menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang ekselen dan produk yang berkualitas sehingga dapat memuaskan para pelanggannya secara lebih baik, yang pada gilirannya dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan, sehingga mendorong terjadinya word of mouth yang positif.

Data empiris yang ditemukan menunjukkan masalah pada loyalitas pelanggan handphone Nokia. Atas dasar hal tersebut maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah ”*Bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan yang berdampak pada word of mouth ?*”

Untuk menjawab permasalahan penelitian tersebut, dilakukan telaah pustaka serta jurnal-jurnal penelitian terdahulu yang selanjutnya mengarahkan peneliti untuk mengembangkan empat buah hipotesis dari lima buah konstruk yang diteliti. Hipotesis diuji dengan menggunakan perangkat lunak statistik AMOS 16. Data empiris yang diperlukan untuk menguji hipotesis diperoleh dari 150 kuesioner yang disebarkan kepada responden mahasiswa Fakultas Ekonomi Reguler 1 dan Reguler 2 Undip Semarang.

Dari hasil analisis terhadap model penelitian yang diuji menunjukkan bahwa model dapat diterima berdasarkan indeks-indeks kelayakan model. Sedangkan dari hasil pengujian hipotesis kausalitas menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari persepsi kualitas, pengalaman membeli, dan keunggulan produk terhadap loyalitas pelanggan dan adanya pengaruh positif dan signifikan dari loyalitas pelanggan terhadap word of mouth.

**Kata kunci : persepsi kualitas, pengalaman membeli, keunggulan produk, loyalitas pelanggan, word of mouth**