

ABSTRAK

Layanan yang berkualitas adalah suatu strategi yang bagus, supaya perusahaan dapat lebih sukses dan *survive* (dapat bertahan). Kualitas pelayanan yang prima dapat memberi kontribusi yang tinggi kepada kepuasan pelanggan pangsa pasar dan profitabilitas. Dijelaskan pula bahwa keunggulan atribut pelayanan, dapat meningkatkan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada pelanggan lain. Banyaknya kritik yang diterima Plasa Telkom Pahlawan mengindikasikan bahwa pelayanan pelanggan masih belum memuaskan, oleh sebab itu perlu penelitian untuk mengatasi berbagai faktor yang menjadi penyebab belum puasnya pelanggan Plasa Telkom Pahlawan Semarang terhadap pelayanan yang diberikan. Dari latar belakang tersebut tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *tangible*, dan *assurance* terhadap Words of Mouth pada Plasa Telkom Pahlawan Semarang. Untuk kepentingan tersebut sampel yang digunakan oleh peneliti adalah 70 orang responden yang diperoleh melalui rumus Slovin. Kemudian untuk menjawab tujuan penelitian ini maka data hasil pengisian kuesioner penelitian dianalisis dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis data menunjukkan kualitas *reliability* (keandalan), kualitas *responsiveness*, Kualitas pelayanan *Empathy*, kualitas pelayanan *Tangible*, dan kualitas pelayanan *Assurance* yang baik berpengaruh positif terhadap Words of Mouth, dibuktikan angka probabilitas signifikansi masing-masing variabel < 0,05.

Rekomendasi yang diberikan sesuai hasil penelitian ini adalah 1) Meningkatkan kelengkapan fasilitas, 2) Melakukan evaluasi kinerja petugas secara berkala dengan meminta tanggapan langsung dari pelanggan, dan memberikan pelatihan-pelatihan secara berkala kepada petugas-petugas *front office* yang berhadapan langsung dengan pelanggan, 3) Menambah jumlah petugas parkir dan petugas keamanan di luar kantor Plasa, 4) Meningkatkan keramahan petugas saat mengawali pelayanan.

Kata Kunci : *Reliability*, *Responsiveness*, *Empathy*, *Tangible*, *Assurance*, *Words of Mouth*