

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan berdasarkan permasalahan yang terjadi di lapangan dikarenakan adanya kesenjangan hasil penelitian terdahulu (*research gap*) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan words of mouth dalam pemasaran. Disamping itu, terdapat permasalahan penelitian (*research problem*) mengenai menurunnya kepuasan pelanggan dalam industri perbankan, sehingga menyebabkan penurunan jumlah nasabah, sehingga perusahaan harus melakukan perbaikan dalam kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang akan memberikan imbas positif dengan terciptanya words of mouth yang bukan saja akan mempertahankan jumlah nasabah tetapi juga meningkatkan jumlah nasabah.

Aspek-aspek dan fakta yang telah disebutkan di atas sangatlah penting untuk diteliti lebih lanjut dan dianalisis lebih mendalam, agar para pelaku dalam industri perbankan dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas untuk menciptakan terobosan strategi yang terbaik bagi perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil objek penelitian salah satu unit kerja yang terdapat di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, yaitu Commercial Banking Center Jawa Tengah, dengan populasi sebanyak 164 nasabah. Dengan jumlah nasabah sebanyak 164, dimungkinkan untuk keseluruhannya dijadikan sebagai responden, sehingga dilakukan sensus terhadap seluruh nasabah. Teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dari responden yang ada adalah dengan teknik *Structural Equation Model* (SEM) dengan *software* AMOS.

Dari hasil pengujian hipotesis dapat dibuktikan bahwa faktor kualitas layanan inti dan kualitas layanan peripheral memiliki efek positif terhadap kepuasan pelanggan, dan lebih lanjut kepuasan pelanggan memiliki efek positif terhadap words of mouth positif. Model yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima yang ditunjukkan oleh indeks kesesuaian nilai GFI 0,933 , nilai chi-square 58,951 , nilai probabilitas 0,053 , nilai TLI 0,983 dan nilai CFI 0,986 , yang keseluruhannya telah memenuhi syarat walaupun nilai AGFI 0,897 diterima secara marjinal.

Kata Kunci : *Kualitas Layanan – Kualitas Layanan Inti – Kualitas Layanan Peripheral – Kepuasan Pelanggan – Words of Mouth Positif*