

## ABSTRAK

Pembelian produk jasa mengandung resiko yang relatif lebih besar daripada produk fisik yang bisa dievaluasi sebelum membeli, karakter *intangibile* yaitu tidak dapat diindera sebelum dibeli merupakan ciri khas dari produk jasa. Demikian juga dengan jasa pendidikan yang tidak dapat dievaluasi sebelum dibeli sehingga sulit diperkirakan resiko-resiko yang akan ditanggung seperti resiko finansial, waktu, psikologis (merasa tidak nyaman secara emosional), fungsional dan sosial. Oleh karena itu, maka calon mahasiswa akan mencari informasi lebih lengkap melalui *image* suatu perguruan tinggi maupun melalui *opinion leader* atau *word of mouth*.

Penelitian ini dilakukan di STIE Widya Manggala Semarang dimana dari data ditemukan bahwa citra STIE Widya Manggala belum bagus di mata masyarakat. Penelitian ini mencoba untuk menganalisis hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan biaya pendidikan terhadap variabel citra dan kaitannya terhadap peningkatan *word of mouth*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner yang diberikan kepada 115 mahasiswa STIE Widya Manggala Semarang.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Structural Equation Model* (SEM) dari *software* AMOS 7.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan kausalitas antar variabel-variabel yang mempengaruhi dengan kriteria *Goodness of Fit* yaitu *chi square* = (89,104); *probability* = (0.388); *GFI* = (0.908); *AGFI* = (0.871); *CFI* = (0.996); *TLI* = (0.995); *RMSEA* = (0.018); *CMIN/DF* = (1.036). Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan biaya pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra, sedangkan variabel citra berpengaruh positif terhadap variabel *word of mouth*.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan citra yang dapat mempengaruhi *word of mouth*, maka STIE Widya Manggala perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi citra, seperti kualitas pelayanan dan biaya pendidikan. Karena dengan mengetahui pengaruh hubungan tersebut dapat dijadikan acuan untuk merancang strategi guna meningkatkan citra dan *word of mouth*.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Biaya Pendidikan, Citra dan *Word Of Mout*