

## ABSTRAKSI

Industry kendaraan roda dua saat ini bersaing dengan ketat dimana honda pesaing terbesar Yamaha. Untuk memenangkan persaingan salah satunya adalah membentuk nilai pelanggan sehingga mampu meningkatkan *Positive Words of Mouth* (WoM). Hal ini menimbulkan pertanyaan “apa pengaruh nilai pelanggan terhadap *Positive Words of Mouth* (WoM)?”, seperti dalam berbagai teori dan jurnal yang ada apakah hal tersebut juga terdapat pada PT. Yamaha motor kencana Indonesia yang merupakan masalah yang ingin diteliti dalam penelitian ini.

Model penelitian tersebut menunjukkan adanya 4 (empat) hipotesis. Teknik pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan cara *accidental sampling*. Jumlah responden yang di tentukan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 108. Teknik analisis yang di pakai untuk menginterpretasikan dan menganalisis data dalam penelitian ini adalah dengan teknik *structural equation model* (SEM) dari *software* AMOS 16. Proses analisis yang dilakukan terhadap data penelitian yang diperoleh dari 108 responden. Hasil analisis data tersebut akan menjelaskan hubungan kausalitas antara variable yang sedang di kembangkan dalam model penelitian ini. Model yang di ajukan dapat diterima setelah asumsi – asumsi telah terpenuhi yaitu normalitas dan *standardized residual covariance* < 1,96. Sementara nilai *determinant of covariance matrixnya* 98,250.

Model pengukuran eksogen dan endogen telah di uji dengan menggunakan analisis konfirmatori. Selanjutnya model pengukuran tersebut di analisis dengan *structural equation model* (SEM) untuk model pengujian hubungan kausalitas antar variabel – variabel yang mempengaruhi dan di pengaruhi oleh reputasi, daya tarik iklan, efek komunitas, nilai pelanggan dan *positive wom* telah memenuhi criteria *goodness of fit* yaitu *chi square* = 154,579; *probability* = 0,055; *GFI*= 0,866; *AGFI*= 0,821; *CFI*= 0,981; *TLI*= 0,977; *RSMEA*= 0,044; *CMIN/DF*= 1,208. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa model tersebut dapat diterima.

**Kata kunci : reputasi, daya tarik iklan, efek komunitas, nilai pelanggan dan *Positive Words of Mouth* (WoM)**