

ABSTRAKSI

Lembaga pendidikan bahasa Inggris merupakan salah satu lembaga pendidikan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kualitas layanan dan kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dalam organisasi modern. Tingkat kepentingan sebagai sektor publik, terutama sebagai penyedia jasa layanan, mendorong para manajer untuk menempatkan kualitas dan kepuasan pelanggan sebagai prioritas. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan “Bagaimana pentingnya kualitas layanan, reputasi perusahaan dapat berpengaruh terhadap perusahaan dalam membangun kepuasan konsumen dan meningkatkan *word of mouth*” sebagaimana yang ada khususnya di LPK Kurnia Excellent Course Demak

Model penelitian ini mengindikasikan eksistensi dari 3 (tiga) hipotesis, antara lain: “kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen”, “reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen”, dan “kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap *word of mouth*”.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*, sampel yang digunakan adalah peserta kursus yang telah menempuh studi selama minimal 4 (empat) bulan atau telah menempuh minimal 1 (satu) level. Jumlah responden yang ditentukan dalam penelitian ini adalah 105 peserta kursus LPK Kurnia Excellent Course Demak. Teknik analisis yang dipakai untuk menginterpretasikan dan menganalisis data dalam penelitian ini adalah dengan teknik *Structural Equation Model (SEM)* dengan *software* AMOS 16. Model yang diajukan dapat diterima setelah asumsi-asumsi terpenuhi yaitu normalitas dengan *critical ratio multivariate* $< 2,58$ dan *Standardized Residual Covariance* $< 2,58$. Dengan *Determinant of Covariance Matrix* 1,289.

Model pengukuran eksogen dan endogen telah diuji dengan menggunakan analisis konfirmatori. Selanjutnya model pengukuran tersebut dianalisis dengan *Structural Equation Model (SEM)* untuk pengujian hubungan kausalitas antar variabel-variabel yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh kualitas layanan, reputasi perusahaan, kepuasan konsumen dan *word of mouth* memenuhi kriteria *Goodness of Fit* yaitu *chi square* = 83,513; probability = 0,188; GFI = 0,901; AGFI = 0,858; TLI = 0,981; CFI = 0,985; CMIN/DF = 1,144; RMSEA = 0,037. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa model tersebut dapat diterima.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Reputasi Perusahaan, Kepuasan Konsumen dan *word of mouth*