

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada mahasiswa Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisisioner, dengan sampel 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan analisis jalur menggunakan SPSS 21.0.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh Kualitas Pelayanan, dan *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan. Kemudian Kepercayaan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pelanggan. Kepercayaan Pelanggan tidak memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kontibusi sumbangan variabel *independen* Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* terhadap variabel *dependen* Kepercayaan Pelanggan adalah sebesar 53,8%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 46,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Kontibusi sumbangan variabel *independen* Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth* dan Kepercayaan Pelanggan terhadap variabel *dependen* Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 60,8%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 39,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth*, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to examine how big the influence of service quality and Word Of Mouth on customers with customer trust as an intervening variable at Putra Indonesia University students "YPTK" Padang. The method of collecting data is through surveys and distributing questionnaires, with a sample of 100 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis and path analysis using SPSS 21.0.

The results obtained based on the partial test (t test) obtained service quality, and Word Of Mouth has a significant effect on customer trust. Then customer trust has a significant effect on customer service quality and Word Of Mouth has no significant effect on customers. Customer trust does not mediate the relationship between Service Quality and Word Of Mouth to Customers.

The contribution of the independent variable of Service Quality and Word Of Mouth to the dependent variable of Customer Trust is 53.8%. While the remaining 46.2% is influenced by other variables outside of this study. The contribution of the independent variables of Service Quality, Word Of Mouth and Customer Trust to the dependent variable of Customer Satisfaction is 60.8%. While the remaining 39.2% is influenced by other variables outside of this study

Keywords: Service Quality, Word Of Mouth, Customer and Customer Trust