

Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan Experiential Marketing terhadap Word of Mouth: studi kasus pada Taman Pengembangan Anak Makara Fakultas Psikologi Universitas Indonesia = the Effect of service quality , customer satisfaction, and experiential marketing toward Word of Mouth: case study Taman Pengembangan Anak Makara of Faculty of Psychology at Universitas of Indonesia

Shinta Partiwil Yuliani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20314382&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan experiential marketing terhadap word of mouth. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner untuk mengukur penilaian konsumen terhadap Taman Pengembangan Anak Makara Fakultas Psikologi Universitas Indonesia. Setelah dilakukan uji regresi berganda, diketahui bahwa kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan experiential marketing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensitas word of mouth. Tidak ada perbedaan intensitas word of mouth pada pria dengan wanita. Organisasi yang ingin memaksimalkan promosi melalui word of mouth sebaiknya memfokuskan bukan pada word of mouth itu sendiri melainkan pada faktor-faktor yang menjadi penyebab munculnya word of mouth melalui strategi bauran pemasaran yang efektif.

.....The focus of this study to discuss influence of service quality, customer satisfaction, and experiential marketing toward word of mouth. This quantitative research used questionnaires as a mean to collect data from customer of a Taman Pengembangan Anak Makara of Faculty of Psychology at University of Indonesia. From the multiple regression test, we found that service quality, customer satisfaction, and experiential marketing have a significant effect on word of mouth communication. There was no difference in the intensity of word of mouth in men with women. Organization who tries to maximize word of mouth promotion should focus on factors that effect the word of mouth through effectively marketing mix strategy.