

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, CITRA DAN
KEPUASAN TERHADAP WORD OF MOUTH

(SURVEY PADA PENGUNJUNG OBJEK WISATA GUA PINDUL,
KABUPATEN GUNUNG KIDUL)

MIFTAH FARID SUDIRMAN

141150489

Mahasiswa program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi UPN 'Veteran' Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan pemasaran objek wisata Gua Pindul khususnya *Word Of Mouth* (WOM) yang di pengaruhi oleh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra yang dimediasi oleh kepuasan. Dewasa ini WOM telah berkembang menjadi alat pemasaran yang efektif yang tidak dapat dikendalikan secara langsung oleh perusahaan. Oleh sebab itu penting bagi perusahaan untuk memperhatikan faktor faktor pembentuk WOM. Dalam penelitian ini peneliti melakukan survey pada 100 responden dengan bantuan kuesioner dengan menggunakan metode purposive sampling dan menggunakan skala *likert*. Hasil data yang didapat kemudian diolah menggunakan software SPSS untuk pengujian validitas dan reliabilitas. Kemudian peneliti menggunakan software WarpPLS-SEM 6.0 untuk melakukan *structural equation modelling* (SEM). Hasil dari analisis SEM ini menghasilkan informasi berupa outer model, model fit, inner model, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji t. Dari analisis ini dapat diketahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra dalam membentuk WOM yang dimediasi oleh kepuasan. Dari analisis ini juga dapat disimpulkan mengenai saran dan masukan khususnya untuk pengelola objek wisata gua Pindul untuk meningkatkan WOM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan. Kemudian kepuasan berpengaruh secara langsung terhadap *word of mouth*. Maka dari itu dapat disimpulkan untuk menunjang WOM, pengelola objek wisata Gua Pindul perlu untuk memperhatikan perihal kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra.

Kata kunci : *Word of mouth* (WOM), kualitas pelayanan, persepsi harga, citra, kepuasan.