

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen yang dampaknya terhadap word of mouth pada konsumen angkringan di Purwokerto. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang dikumpulkan dari 116 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik nonprobability sampling dengan metode purposive sampling, kemudian data di proses menggunakan SEM AMOS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap WOM. Namun persepsi harga menunjukkan tidak berpengaruh terhadap WOM. Lalu secara penuh kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan dalam memediasi variabel kualitas layanan dan harga terhadap WOM. Implikasi manajerial yang dapat dilakukan oleh para pengusaha angkringan adalah pelatihan karyawan, pengelolaan kualitas produk, perhatian terhadap detail, responsif terhadap umpan balik, memperkuat interaksi pelanggan dan meningkatkan rasa empati, memperkuat fasilitas, terus menjaga kualitas produk dan layanan, meningkatkan komunikasi dengan pelanggan melalui saluran yang efektif, serta menerapkan program loyalitas pelanggan yang dapat meningkatkan rasa puas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, WOM

SUMMARY

This study aims to analyze the influence of service quality and price perception on customer satisfaction, which in turn impacts word-of-mouth among consumers of "angkringan" in Purwokerto. The data used in this study consists of primary and secondary data collected from 116 respondents. The sampling technique employed is nonprobability sampling using purposive sampling method, and the data is processed using SEM AMOS. The results of this study indicate that service quality and price perception have a significant positive influence on customer satisfaction. Furthermore, service quality has a significant positive influence on word-of-mouth, while price perception does not show any influence on word-of-mouth. Additionally, customer satisfaction fully mediates the relationship between service quality, price perception, and word-of-mouth. There are managerial implications that can be implemented by "angkringan" business owners. These include providing employee training, managing product quality, paying attention to details, being responsive to feedback, strengthening customer interactions and enhancing empathy, improving facilities, maintaining product and service quality, enhancing communication with customers through effective channels, and implementing customer loyalty programs to increase customer satisfaction.

Keywords: *Service quality, price perceptions, customer satisfaction, WOM*