

ABSTRAK

Banyak perusahaan berlomba-lomba mengatur strategi untuk memenangkan persaingan pasar dan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi untuk meningkatkan dan mempertahankan konsumennya. Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mendorong munculnya *electronic word of mouth* (e-WOM) sebagai media komunikasi pemasaran baru. Dalam konteks pemasaran, *electronic word of mouth* (e-WOM) memainkan peran penting dalam mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk. Penelitian ini bertujuan melihat bagaimana pengaruh kualitas suatu produk dan *electronic word of mouth* terhadap kepuasan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Target demografis adalah responden dengan jumlah sampel 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif terhadap kepuasan secara simultan maupun parsial, kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan dapat memediasi hubungan antara kualitas produk dan *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), Kepuasan, Loyalitas Pelanggan