

## ABSTRAK

**Isana Sri Christina Meranga (00000019566)**

### **ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI LOYALITAS PADA PERGURUAN TINGGI SWASTA UNIVERSITAS PELITA HARAPAN**

(xvi+142 halaman; 7 gambar; 24 tabel; 6 lampiran)

Jumlah Perguruan Tinggi (PT) Swasta di Indonesia yang mencapai 3.136 di tahun 2018 dan tren jumlah pendaftaran mahasiswa yang menurun diperparah dengan situasi pandemic covid yang sedang berlangsung, berpotensi pada persaingan. PT penting untuk memperjuangkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif dengan berkolaborasi dengan para stakeholder untuk keberlanjutan PT. Tujuan dari penelitian ini ingin melihat pengaruh citra merek, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen terhadap perilaku *word of mouth* (WOM). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner dari responden yang adalah mahasiswa aktif Universitas Pelita Harapan (UPH). Responden pada penelitian ini berjumlah 180 responden. Pengolahan data pada penelitian menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, loyalitas konsumen berpengaruh positif terhadap WOM, citra merek berpengaruh positif terhadap WOM, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap WOM. Kontribusi pada penelitian ini memberikan informasi dan pengetahuan bagi pengelola perusahaan jasa khususnya Perguruan Tinggi untuk membuat strategi keberlanjutan pengambilan keputusan pemasaran melalui penguatan merek dan perbaikan inovasi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas mahasiswa.

**Kata Kunci:** *Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Word Of Mouth, Perguruan Tinggi*