

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara langsung pengaruh nilai hubungan, kepuasan, kepercayaan, dan komitmen, terhadap *Word Of Mouth* (WOM) (studi pada kosumen pesan antar rumah makan spesial sambal di kota Tangerang). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian secara pesan antar rumah makan spesial sambal (SS) di kota Tangerang. Metode sampel yang sudah digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis faktor konfirmatori, uji validitas dan reliabilitas, dan pemodelan persamaan struktural (SEM). dengan menguji 100 orang responden. Hasil penelitian menyatakan bahwa, temuan ini merekomendasikan rumah makan spesial sambal (SS) untuk terus meningkatkan nilai hubungan, kepuasan, kepercayaan, dan komitmen sebagai pertimbangan dalam menjual produk mereka agar konsumen membicarakan atau *Word Of Mouth* (WOM) produk mereka. Faktor- faktor tersebut berpengaruh meningkatkan pelanggan untuk secara aktif menggunakan jasa pesan antar dan membicarakan produk mereka kepada konsumen lain.

Kata Kunci: Nilai Hubungan, Kepuasan, Kepercayaan, dan Komitmen, *Word Of Mouth* (WOM).