

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh kualitas layanan inti dan kualitas layanan periferan terhadap minat mereferensikan melalui variabel kepercayaan. Masalah penelitian ini adalah bagaimana kualitas layanan inti dan periferan berpengaruh terhadap kepercayaan dalam meningkatkan potensi *words of mouth*. Model dalam penelitian ini terdiri dari empat konstruk, lima belas indikator, dan lima hipotesis. Sampel yang digunakan untuk pengujian hipotesis sebanyak 117 responden yang merupakan pasien Klinik Al Fatah. Data yang diperoleh, kemudian dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan aplikasi AMOS 21.0.

Hasil analisis SEM memenuhi kriteria Goodness of Fit Index; χ^2 (*chi square*) 91,3, *probability* 0,100 (≥ 0.05), RMSEA 0,043 (≤ 0.08), GFI 0,905 (≥ 0.90), AGFI 0,868 (≥ 0.90), TLI 0,987 (≥ 0.95), CFI 0,989 (≥ 0.95), sehingga dapat dikatakan bahwa model penelitian ini layak digunakan.

Temuan empiris dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan inti berpengaruh terhadap kepercayaan dan minat mereferensikan secara langsung maupun tidak langsung. Sementara kualitas layanan periferan berpengaruh terhadap kepercayaan namun tidak berpengaruh terhadap minat mereferensikan

Kata Kunci : kualitas layanan inti, kualitas layanan periferan, kepercayaan, minat mereferensikan, words of mouth