

## ABSTRAKSI

Produk Minasari Cikaria adalah produk kerupuk ikan lele yang sudah dikenal oleh masyarakat di sekitar Desa Sukoharjo, Kabupaten Pati. Pada 1 tahun terakhir ini penjualan Minasari Cikaria mengalami penurunan, Oleh sebab itu dilakukan penelitian ini untuk mengetahui cara mempengaruhi minat beli ulang pada produk kerupuk lele UKM Minasari Cikaria.

Penelitian ini menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli Ulang dengan variabel mediasi *Word Of Mouth*. Dalam penelitian ini dikempangkan suatu model teoritis dengan mengajukan lima hipotesis yang akan diuji dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan *Software* AMOS 21.0. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah membeli dan mengkonsumsi Minasari Cikaria yang berjumlah 270 Orang.

Hasil dari pengolahan data SEM untuk model penuh telah memenuhi Godnessof Fit sebagai berikut, Nilai Chi Square =78, 447, df : 49, p:5% ; Probability = 0,005; GFI = 0,954 ; AGFI = 0,927; TLI = 0,990 ; CFI = 0,993; CMIN/DF = 1,601 ; RMSEA = 0,047. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model ini layak untuk digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth* dapat ditingkatkan dengan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan dan *word of mouth* yang tinggi akan mempengaruhi minat beli ulang pada produk Minasari Cikaria.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, *Word Of Mouth* dan Minat Beli Ulang.**