

ABSTRACT

This study aims to analyze and determine the influence of internet marketing and service quality to the satisfaction of trainees and the impact on word of mouth. Questionnaire data was obtained through survey by distributing questionnaires to 316 respondents. The type of research used is quantitative description analyzed by using SPSS statistic program. The results showed that the internet marketing and service quality variables have a positive influence on the satisfaction of the trainees and have an impact on word of mouth either partially or simultaneously. From the linear regression equation is also known that the variable of service quality has the greatest value. By looking at the result of R square in the value of fifty-nine point five percent variable of training participants' satisfaction influenced by internet marketing variable and service quality, the rest is determined by other factors not examined. Similarly, to see the results of R square in the value can be fifty-eight point one percent word of mouth variables that are influenced by internet marketing variables, service quality and satisfaction of trainees, the rest is determined by other factors that are not examined.

Keywords: internet marketing, service quality, participants' satisfaction, word of mouth, linear regression.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis dan mengetahui pengaruh *internet marketing* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta pelatihan dan dampak terhadap *word of mouth*. Data kuesioner diperoleh melalui survey dengan membagikan kuesioner kepada 316 responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskripsi kuantitatif yang dianalisa dengan menggunakan program statistik SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *internet marketing* dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan peserta pelatihan dan memiliki dampak terhadap *word of mouth* baik secara parsial maupun simutan. Dari persamaan regresi linear juga diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai terbesar. Dengan melihat hasil *R square* di dapat nilai lima puluh sembilan koma lima persen variabel kepuasan peserta pelatihan yang dipengaruhi oleh variabel *internet marketing* dan kualitas pelayanan, sisanya ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Demikian juga dengan melihat hasil *R square* di dapat nilai lima puluh delapan koma satu persen variabel *word of mouth* yang dipengaruhi oleh variabel *internet marketing*, kualitas pelayanan dan kepuasan peserta pelatihan, sisanya ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: *internet marketing*, kualitas pelayanan, kepuasan peserta pelatihan, *word of mouth*, regresi linear.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA