

## ABSTRAK

Dalam industri transportasi khususnya *shuttle service*, Cipaganti, Cititrans dan Xtrans telah meraih penghargaan dari majalah *The Marketeers* dalam kategori *Brand Championship Award*. Ketiga *shuttle service* tersebut digunakan sebagai objek pada penelitian ini. Hadirnya penghargaan dalam kategori *brand* memicu terjadinya pertukaran informasi antar konsumen maupun orang awam yang mengetahuinya. Pengalaman dari konsumen menjadi suatu perangkat keyakinan yang dapat membentuk rantai pemasaran bagi perusahaan *shuttle service* di masa yang akan datang. Berkembangnya industri *shuttle service* tidak lepas dari rekomendasi dan informasi yang dibicarakan oleh konsumen kepada konsumen atau kepada orang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *customer experience* terhadap pembentukan *word of mouth* dalam industri transportasi travel *shuttle service*. Metode penelitian ini berjenis kausal, menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan teknik sampling berupa *proportional stratified sampling*. Kuesioner disebarakan kepada 382 responden dengan menggunakan skala interval.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *brand image* dan *customer experience* terhadap pembentukan *word of mouth* di industri transportasi travel *shuttle service*.

**Kata kunci:** *Brand image, customer experience, word of mouth*