

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh *customer participation*, *customer involvement*, dan *customer engagement* dalam meningkatkan *trust*, *value* dan *word of mouth* pada perguruan tinggi swasta di Jabodetabek. Objek penelitian ini adalah mahasiswa dari perguruan tinggi swasta yang berdomisili di wilayah JABODETABEK. Untuk menjawab permasalahan penelitian dan pengujian hipotesis penelitian, data di analisis menggunakan Structural Equation Model (SEM) - AMOS untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh dari tiap-tiap variabel yang diteliti, penelitian ini menemukan bahwa variabel *customer participation*, *customer involvement*, berpengaruh positif terhadap peningkatan *customer engagement* yang pada akhirnya mendorong terjadinya peningkatan pada variabel *value*, *trust* serta *word of mouth*.

Kata Kunci: *customer participation*, *customer involvement*, *customer engagement*, *value*, *trust*, *word of mouth*

