

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan, terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Hotel Ibis Malioboro Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung dan menginap di Hotel Ibis Malioboro Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 120 responden yang dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Sederhana, Uji t, Analisis Path (Path Analyze), dan Uji Sobel.

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan diperoleh hasil bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, selanjutnya Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, selanjutnya Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan secara tidak langsung, melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Service Quality, on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variables at Hotel Ibis Malioboro Yogyakarta. Subjects in this study were consumers who had visited and stayed at Hotel Ibis Malioboro Yogyakarta. In this study a sample of 120 respondents selected by using purposive sampling method. The analysis tools used are Simple Linear Regression Analysis, t Test, Path Analysis (Path Analyze), and Test Sobel.

Based on the analysis that has been done to obtain the result that the Quality of Service have a positive and significant impact on Customer Satisfaction, then Quality of Service has a positive and significant impact on Customer Loyalty, then Customer Satisfaction has a positive and significant impact on Customer Loyalty, and Service Quality have positive and significant impact on Customer Loyalty indirectly, through Customer Satisfaction as an intervening variable.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.*