

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga secara bersama-sama (simultan) dan parsial terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. Metode pengumpulan data melalui survei dan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Analisis Linier Berganda, Koefisien Determinasi, untuk Uji hipotesis digunakan Uji f dan Uji t, Path Analysis dan Analisis Statistik Partial Least Aquare (PLS) dengan Sampel berjumlah 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan (a) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 5,193 dengan tingkat signifikan ( $0,000 < 0,05$ ). (b) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 2,008 dengan tingkat signifikan ( $0,047 < 0,05$ ). (c) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 5,745 dengan tingkat signifikan ( $0,000 < 0,05$ ). (d) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 3,076 dengan tingkat signifikan ( $0,003 < 0,05$ ). (e) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 5,636 dengan tingkat signifikan ( $0,000 < 0,05$ ). (f) Sumbangan Model 1 Hasil uji koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,223 atau 22,3%. Sedangkan sisanya adalah 77,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. (g) Sumbangan Model 2 Hasil uji koefisien determinasi *Adjusted R square* sebesar 0,555 atau 55,5%. Sedangkan sisanya adalah 44,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. (h) Pada variabel Kualitas Layanan, yang menjadi item pernyataan dominan dengan nilai sebesar 0,934 yaitu (X1.5 = "Penampilan fasilitas fisik sesuai dengan jenis jasa yang disediakan"), (X1.11 = Karyawan bersifat sopan terhadap para pelanggan), (X1.12 = Dapat mempercayai karyawan), (X1.13 = Memberikan perhatian individual), (X1.14 = Karyawan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan), dan (X1.15 = Karyawan memahami kebutuhan saya). (i) Pada variabel Persepsi Harga, yang menjadi item pernyataan dominan dengan nilai sebesar 0,983 yaitu (X2.1 = "Harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal oleh Hotel IBIS Padang"). (j) Pada variabel Kepuasan Pelanggan, yang menjadi item pernyataan dominan dengan nilai sebesar 0,992 yaitu (Y4 = Bangga bisa menginap dan menjadi pelanggan pada IBIS Hotel Padang). (k) Pada variabel Loyalitas Pelanggan, yang menjadi item pernyataan dominan dengan nilai sebesar 0,962 yaitu (Z.6 = Merupakan pilihan saya untuk menginap), (Z.7 = Dengan semua layanan yang sangat baik membuat saya merekomendasikan kepada orang lain), (Z.10 = Mempunyai fasilitas yang lengkap), (Z.11 = Memberikan pelayanan yang tepat pada waktunya), dan (Z.12 = Memberikan kenyamanan tersendiri untuk menginap).

**Kata Kunci : Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan**