

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Promotion* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan seberapa besar Pengaruh *Promotion*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan MY ALL Hotel Kota Padang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan analisis jalur (*Path Analysis*) menggunakan SPSS 16.0.

Hasil yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh *Promotion* dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan MY ALL Hotel Kota Padang dengan ($\text{sig} < 0,05$). Dan juga Uji Parsial (Uji t) diperoleh *Promotion*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada MY ALL Hotel Kota Padang dengan ($\text{sig} < 0,05$). Hasil dari *path analysis* persamaan satu sebesar $0,3 < 0,352$ berarti Kepuasan Pelanggan tidak memediasi hubungan antara *Promotion* terhadap Loyalitas Pelanggan. Dan juga Hasil *path analysis* persamaan dua sebesar $0,441 < 0,494$ berarti Kepuasan Pelanggan tidak memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Dan penulis menyarankan kepada MY ALL Hotel Kota Padang untuk dapat meningkatkan *Promotion*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan cara menggunakan indikator-indikator yang terdapat dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Promotion*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The Purpose of this research is to know how Much promotion and quality of service to customer satisfaction And how much promotion, quality of service and customer Satisfaction Towards customer loyalty in MY ALL Hotel Kota Padang. Data collection techniques using questionnaires, The analysis method used is analysis of multiple linear Regression and path analysis using SPSS 16.0.

Results obtained by partial test (Test T) obtained Promotion and quality of service partially significant effect on customer satisfaction in the customer of MY ALL Hotel Kota Padang with (Sig < 0.05). As well as partial test (T) obtained Promotion, quality of service and customer satisfaction has been partially significant to the customer loyalty on MY ALL Hotel Kota Padang with (Sig < 0.05). The result of equation one of the same is $0.3 < 0.352$ meaning that customer satisfaction does not irradiate the relationship between Promotion to customer loyalty. And also the result of two equations path analysis of $0.441 < 0.494$ means customer satisfaction does not irradiate the relationship between quality of service towards customer loyalty.

And the author suggested to MY ALL Hotel Kota Padang to be Able to increase Promotion, quality of service, customer satisfaction and customer loyalty by using the indicators contained in this research.

Keywords: Promotion, service quality, customer satisfaction, customer loyalty