**ABSTRAK**

Persaingan yang terjadi pada industri jasa perhotelan di Pantai Pangandaran semakin meningkat, disebabkan banyaknya pilihan pada bisnis ini, para penyedia jasa harus lebih aktif dalam mencapai loyalitas pelanggan. Penelitian ini mengkaji tiga aspek tambahan dalam *marketing mix* yaitu *people, physical evidence* dan *process*. Ketiga komponen tersebut selanjutnya dihubungankan dengan keputusan memilih hotel dan keputusan dihubungkan dengan loyalitas. Bagi para peneliti pemasaran, keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan merupakan konstruk yang penting karena diyakini mampu memberikan sejumlah keuntungan bagi suatu perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh bauran pemasaran jasaterhadap keputusan memilih dan menganalisis besarnya pengaruh keputusan memilih terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Surya Pesona. Sampel diambil menggunakan teknik sampling aksidental, sehingga jumlah sampel yang diteliti yaitu sebanyak 100 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif, sementara data dikumpulkan dengan menggunakan metode kuesioner dan analisis data yang digunakan adalah analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa yang terdiri atas orang, bukti fisik dan proses berpengaruh terhadap keputusan memilih baik secara simultan maupun parsial. Proses lebih besar pengaruhnya terhadap keputusan memilih dibandingkan orang dan bukti fisik. Keputusan memilih berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Bauran pemasaran jasa, keputusan memilih dan loyalitas pelanggan