

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada  
Kepercayaan serta loyalitas Konsumen  
(Survei pada Konsumen Hotel Gino Feruci Braga)**

**Luthfina Azzahra (184010322)  
Dr. H. Juanim, SE., MSi.**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, dan dampaknya pada kepercayaan serta loyalitas Konsumen Hotel Gino Feruci Braga. Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Bandung. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 87 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang menggunakan skala Numerik 5 poin untuk mengukur 25 indikator. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur dengan pendekatan regresi. Saran bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan sangat perlu diperhatikan variabel penting seperti kepuasan, kepercayaan serta loyalitas. Tiga variabel tersebut sangat berkaitan dalam menjaga tingkat kualitas perusahaan yang baik, sehingga perusahaan tetap konsisten dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Kepercayaan, Loyalitas**

***Effect Of Service Quality to Satisfaction and Its Impact on Trust and Customer Loyalty (Survey on Gino Feruci Braga Hotel Guests)***

**Luthfina Azzahra (184010322)**

**Dr. H. Juanim, SE., MSi.**

***ABSTRACT***

*This study was conducted to determine the effect of service quality to satisfaction, and its impact on trust and customer loyalty Gino Feruci Braga Hotel. This research was conducted in the area of Bandung city. The sample size 87 people. Data was collected through questionnaires that use Numerical scale of 5 points to measure 25 indicators. The analysis technique used is regression analysis with the approach path. Suggestion for the company, to improve the quality of service is very important to consider variables such as satisfaction, trust and loyalty. The three variables are highly related in maintaining a good level of quality companies, so companies have been consistently providing the best service for customer.*

***Keywords: Service Quality, Satisfaction, Trust, Loyalty***