ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi kualitas hubungan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Obyek penelitian ini adalah Hotel horison Semarang. Sebuah permodelan telah dibangun dan empat hipotesis penelitian telah dirumuskan. Metode sensus telah dipilih untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Penelitian ini mempergunakan program komputer Amos 4.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan di antaranya bahwa nilai pelanggan berdampak posisitp terhadap persepsi kualitas hubungan. Mutu pelayanan juga berdampak secara positip terhadap persepsi kualitas hubungan. Persepsi kualitas hubungan terhadap kepuasan pelanggan adalah berdampak positip. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah berakibat positip.

Kata Kunci : *Nilai Pelanggan, Mutu Pelayanan, Kualitas Hubungan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan,* dan *Loyalitas Pelanggan.*

SEMARANG
FEB UNDIP