

## **ABSTRAK**

Seiring banyaknya bisnis kecantikan di Indonesia membuat persaingan di bisnis tersebut menjadi semakin tinggi, dan dengan banyaknya bisnis ini bemunculan, maka mengakibatkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih tempat perawatan kecantikan yang memberikan pelayanan yang terbaik dan kualitas produk yang baik. jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen. Oleh karena itu, MBC memerlukan usaha agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dibidang kecantikan tersebut. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah menciptakan strategi pemasaran yang berorientasai pada konsumen yang berusaha memberikan kepuasan atas kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga akan tercipta loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan yang diduga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di MBC Yogyakarta

Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 150 pelanggan yang datang ke MBC Yogyakarta. Hasil observasi dianalisis dengan menggunakan metode Path (analisis jalur).

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada MBC Yogyakarta.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

## **ABSTRACT**

As the number of beauty businesses in Indonesia makes the competition in the business grow taller, and with so many businesses emerging, it leads consumers to have many options for choosing a beauty treatment place that provides the best service and good product quality. if the service is given maximally of course will affect the loyalty of a consumer. Therefore, MBC requires efforts to survive in the face of competition in the field of beauty. One effort that can be done is to create a consumer-oriented marketing strategy that strives to satisfy the needs and wants of customers so that it will create customer loyalty. The purpose of this study is to determine and analyze the influence of service quality, product quality and customer satisfaction that allegedly has an influence on customer loyalty in MBC Yogyakarta

This research was conducted by distributing questionnaires to 150 customers who came to MBC Yogyakarta. The result of the observation was analyzed by Path (path analysis).

The findings of this study indicate that the quality of service, product quality and customer satisfaction have a positive and significant impact on customer loyalty in MBC Yogyakarta.

**Keywords:** Quality of service, product quality, customer satisfaction, customer loyalty.