

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis mengetahui pengaruh produk, harga, promosi dan tempat terhadap kualitas layanan *marketing* di Hotel Unisi dan faktor mana yang paling kuat dalam mempengaruhi kualitas layanan *marketing* di Hotel Unisi. Sampel dari penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan program AMOS. Hasil penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan pada masing-masing variabel yaitu produk, harga, promosi, dan tempat terhadap kualitas layanan *marketing* di Hotel Unisi. Saran untuk penelitian selanjutnya untuk menggunakan variabel lain untuk menilai kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan *marketing*. Karena peneliti hanya menggunakan divisi *marketing* saja. Serta menggunakan metode lain untuk menambah variasi metode penelitian terkait kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Tempat, Kualitas Layanan *Marketing*

