

## ABSTRAK

Penelitian empiris ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan *soft* dan kualitas layanan *hard* terhadap loyalitas mahasiswa jurusan manajemen Fakultas Ekonomi UII.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jurusan manajemen dari semua angkatan yang masih aktif. Sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan *soft*, kualitas layanan *hard* dan loyalitas. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda melalui *software* komputer IBM SPSS23.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan *soft* dan kualitas layanan *hard* secara bersama-sama terhadap loyalitas. sedangkan secara parsial hanya kualitas layanan *soft* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Kata kunci : kualitas layanan *soft*, kualitas layanan *hard*, loyalitas.



## ABSTRACT

Empirical research is intended to identify and explain the influence of soft service quality dan hard service quality on loyalty of student majoring in management in economic faculty of Indonesian Islamic University.

The population in this study are all student in majoring management of all the forces that are still active. The samples used were 96 respondents. sampling technique in this research is convenience sampling. Variabel used in this research are soft service quality, hard service quality and loyalty. Analysis of the data in this study using multiple regression through computer software IBM SPSS23.

Results of the analysis of the data shows that there is positive and significant correlation between soft service quality dan hard service quality together effecet on loyalty. While partially only soft service quality that is positive and significant on loyalty.

Key word : soft service quality, hard service quality, loyalty.

