

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh variabel marketing mix (7P) terhadap kepuasan dan loyalitas customer pada hotel Amaris Darmo Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan penelitian yang sifatnya objektif. Populasi yang digunakan sebanyak 400 *customer*, sehingga sampel yang digunakan sebanyak 80 responden berdasarkan hasil hitung menggunakan rumus Slovin. Metode pengumpulan data dengan kuesioner menggunakan skala *likert*. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik, regresi linear berganda, regresi linear sederhana, serta pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *price dan place* adalah variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kepuasan konsumen adalah variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Variabel *product, physical evidence, people, process, promotion* adalah variabel yang akan mendukung variabel lainnya serta memberikan nilai tambah namun tidak berpengaruh terhadap kepuasan *customer*. Secara parsial *marketing mix* berpengaruh terhadap kepuasan *customer* dan kepuasan *customer* berpengaruh terhadap loyalitas *customer*.