

## ABSTRAK

Industri perhotelan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan tersebut dipicu oleh banyaknya jaringan hotel internasional di Indonesia memperluas kapasitasnya, setelah keluarnya riset Top Hotel Projects yang memperkirakan adanya rute udara baru, perjalanan bisnis dapat lebih banyak dan membukakan peluang pasar masa depan. Pertumbuhan ini otomatis akan meningkatkan persaingan dalam industri perhotelan yang rata-rata memiliki penawaran fasilitas dan pelayanan yang hampir sama dalam setiap kelasnya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi *customer loyalty* pengunjung Ibis Family Hotel di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada konsumen yang pernah menggunakan akomodasi Ibis Family Hotel di Indonesia. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling* karena responden dipilih yang hanya pernah menggunakan akomodasi Ibis Family Hotel dengan jumlah responden sebanyak 385. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis analisis deskriptif dan juga uji regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penghitungan uji t, *satisfaction with housekeeping*, *satisfaction with food and beverage*, dan *satisfaction with price* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *customer loyalty*. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel *hotel image* dan *customer satisfaction* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *customer loyalty*. Variabel *satisfaction with food and beverage* merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap *customer loyalty* Ibis Family Hotel, untuk memperbaiki hal ini, saran penulis adalah menjaga inovasi dan variasi penyediaan makanan dan minuman yang ditawarkan kepada pengunjung untuk menjaga selera pengunjung.

**Kata kunci:** *hotel image, customer satisfaction, customer loyalty.*