

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada event organizer OMG event asia Bandung 2019.

Variabel independen yaitu Kualitas layanan, variabel moderator yaitu keputusan pembelian dan variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, dan menggunakan teknik analisis jalur dalam mengolah data pada penelitian ini. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software *SPSS 25 for Windows*.

Berdasarkan hasil dan pengolahan data ditemukan bahwa kualitas pelayanan sebesar 83,19%, keputusan pembelian sebesar 78,00% dan loyalitas pelanggan sebesar 76,84%.

Kata Kunci : Kualitas layanan, Keputusan Pembelian dan Loyalitas pelanggan