ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan inti, kualitas layanan periferal, dan citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas klien pemasang iklan di Kompas Klasika Jateng&DIY.

Data yang dikumpulkan dari 200 klien pemasang iklan di media Kompas Klasika Jateng&DIY, menggunakan metode *purposive sampling*, kemudian data diolah menggunakan *software* AMOS dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) versi 23.0.

Penelitian ini mengungkapkan adanya pengaruh signifikan dan positif antara kualitas layanan periferal terhadap kepuasan klien dengan nilai CR= 4,115 dan terhadap loyalitas klien dengan nilai CR= 2,614; juga antara citra perusahaan terhadap kepuasan klien dengan nilai CR= 4,976 dan terhadap loyalitas klien dengan nilai CR= 2,580. Sedangkan variabel kualitas layanan inti tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas klien dengan nilai CR masing-masing adalah 1,387 dan -0,412; dan kepuasan klien sendiri tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas klien dengan nilai CR= 0,997.

Kata kunci: Kualitas Layanan Inti, Kualitas Layanan Periferal, Citra Perusahaan, Kepuasan Klien, dan Loyalitas Klien