

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk melihat apakah dan seberapa besar ada pengaruh kepuasan *internal customer* dan persepsi kualitas pelayanan terhadap kepercayaan serta pengaruhnya terhadap kualitas pelayanan pada Fakultas Ekonomi Universitas YARSI.

Metode penelitian yang digunakan Metode kuantitatif pendekatan regresi berganda menggunakan sampel mahasiswa Fakultas ekonomi berjumlah 143 dari 200 yang ditargetkan.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan dan persepsi terhadap kualitas pelayanan pada fakultas ekonomi universitas Yarsi. Secara parsial kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan. Demikian pula variabel persepsi juga secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Besarnya pengaruh kepuasan dan persepsi terhadap kualitas pelayanan pada fakultas ekonomi universitas Yarsi sebesar 52,2 %

Kata kunci : kepuasan, persepsi kualitas pelayanan, kualitas pelayanan, Regresi berganda