

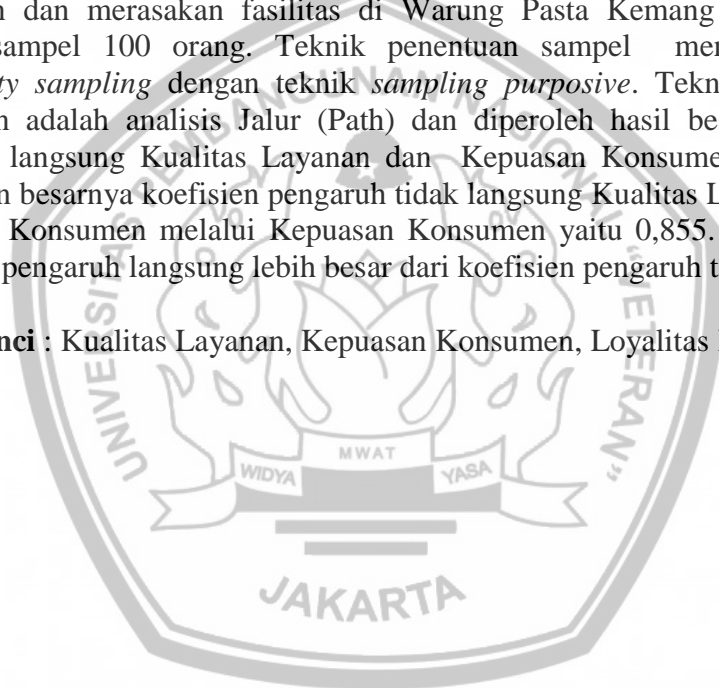
PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN WARUNG PASTA KEMANG JAKARTA SELATAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN

Sarah Oktaviani

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji besarnya kontribusi yang diajukan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antara variabel Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Pasta Kemang Jakarta Selatan Melalui Kepuasan Pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian, mengkonsumsi, mendapatkan pelayanan dan merasakan fasilitas di Warung Pasta Kemang Jakarta Selatan dengan sampel 100 orang. Teknik penentuan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *sampling purposive*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis Jalur (Path) dan diperoleh hasil besarnya koefisien pengaruh langsung Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen sebesar 0,720 sedangkan besarnya koefisien pengaruh tidak langsung Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen yaitu 0,855. Oleh karena itu koefisien pengaruh langsung lebih besar dari koefisien pengaruh tidak langsung.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen



**THE IMPACT OF SERVICE QUALITY TO CUSTOMER LOYALTY
WARUNG PASTA KEMANG IN SOUTH JAKARTA THROUGH CUSTOMER
SATISFACTION**

Sarah Oktaviani

Abstract

This study was conducted to examine 'the magnitude of the contribution proposed by the coefficient lines at each track diagram of causal relationships between variables on Customer Loyalty Service Quality Warung Pasta Kemang, South Jakarta Through Customer Satisfaction. The population in this study is that consumers who've made a purchase, consume, obtain the services and facilities at Warung Pasta feel Kemang, South Jakarta with a sample of 100 people. Sampling technique using a Probability Sampling Simple Random Sampling technique. The analysis technique used is the analysis Path (Path) and the obtained results of the coefficient of direct influence Quality of Service and Customer Satisfaction at 0.720 while the coefficient of indirect influence on the Service Quality of Customer Loyalty through Customer Satisfaction is 0.855. Therefore the direct influence coefficient greater than the coefficient of indirect influence

Keyword : *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

