

**ABSTRAK**

**HUBUNGAN KUALITAS JASA DENGAN LOYALITAS PELANGGAN**  
Studi Kasus Restoran “Jogja Chicken”

**Yusup Indrianto Purwito**  
**Universitas Sanata Dharma**  
**Yogyakarta**  
**2005**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif antara: (1) dimensi bukti langsung dengan loyalitas pelanggan; (2) dimensi keandalan dengan loyalitas pelanggan; (3) dimensi daya tanggap dengan loyalitas pelanggan; (4) dimensi jaminan dengan loyalitas pelanggan; (5) dimensi empati dengan loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan di Restoran “Jogja Chicken”, Jalan Gejayan, Pelem Kecut, No.36B, Yogyakarta.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Jumlah sampel penelitian adalah 60 responden. Teknik penarikan sampel adalah teknik sampling aksidental. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan: observasi, kuesioner, dokumentasi, dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *product moment*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) tidak ada hubungan positif dimensi bukti langsung dengan loyalitas pelanggan (sig. 2-tailed = 0,160 >  $\alpha = 0,025$ ); (2) tidak ada hubungan positif dimensi keandalan dengan loyalitas pelanggan (sig. 2-tailed = 0,766 >  $\alpha = 0,025$ ); (3) tidak ada hubungan positif dimensi daya tanggap dengan loyalitas pelanggan (sig. 2-tailed = 0,477 >  $\alpha = 0,025$ ); (4) tidak ada hubungan positif dimensi jaminan dengan loyalitas pelanggan (sig. 2-tailed = 0,284 >  $\alpha = 0,025$ ); (5) tidak ada hubungan positif dimensi empati dengan loyalitas pelanggan (sig. 2-tailed = 0,328 >  $\alpha = 0,025$ ).

**ABSTRACT**

**THE RELATIONSHIPS BETWEEN SERVICE QUALITY AND CUSTOMER  
LOYALTY**

A Study Case at “Jogja Chicken” Restaurant

**Yusup Indrianto Purwito**  
**Sanata Dharma University**  
**Yogyakarta**  
**2005**

The purposes of this research are to find whether there are positive relationships between: (1) Tangibility of dimension with the customer loyalty; (2) reliability of dimension with the customer loyalty; (3) responsiveness of dimension with the customer loyalty; (4) Assurance of dimension with customer loyalty; (5) empathy of dimension with the customer loyalty. The research was carried out at “Jogja Chicken” Restaurant, Jalan Gejayan, Gang Pelem Kecut, No. 36B, Yogyakarta.

This research is a study case. The total sample of the research was 60 respondents. The technique of sampling used *Accidental Sampling*. The technique of collecting the data used observation, questionnaire, documentation, and interviews. The data analysis technique used *Product Moment Correlation*.

The results of this research show that: (1) There is not a positive relationship of tangibility of dimension with customer loyalty (sig. 2-tailed = 0,160 >  $\alpha$  = 0,025); (2) there is not a positive relationship of reliability of dimension with customer loyalty (sig. 2-tailed = 0,766 >  $\alpha$  = 0,025); (3) there is not a positive relationship of responsiveness of dimension with customer loyalty (sig. 2-tailed = 0,477 >  $\alpha$  = 0,025); (4) there is not a positive relationship of assurance of dimension with customer loyalty (sig. 2-tailed = 0,284 >  $\alpha$  = 0,025); (5) there is not a positive relationship of empathy of dimension with customer loyalty (sig. 2-tailed = 0,328 >  $\alpha$  = 0,025)