

ABSTRAK

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN DAN
LOYALITAS KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN**

**Studi Kasus Pada Pondok Makan Mang Engking Desa Sendangrejo,
Minggir, Sleman, Yogyakarta**

**M. Gunawan
991324013**

**Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2006**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis: 1) hubungan antara kepuasan konsumen terhadap produk dengan loyalitas konsumen pada Pondok Makan Mang Engking; 2) hubungan antara kepuasan konsumen terhadap harga dengan loyalitas konsumen pada Pondok Makan Mang Engking; dan 3) hubungan antara kepuasan konsumen terhadap fasilitas dengan loyalitas konsumen pada Pondok Makan Mang Engking.

Penelitian ini dilaksanakan di Pondok Makan Mang Engking pada bulan Oktober 2005. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli dan makan di Pondok Makan Mang Engking. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 50 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah aksidental sampling dengan teknik pengumpulan data yang digunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam pengujian hipotesis menggunakan persamaan garis regresi untuk tiga prediktor dengan taraf signifikansi 5%.

Berdasarkan analisis persamaan garis regresi untuk tiga prediktor, hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) ada hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap produk dengan loyalitas konsumen ($\beta = 0,284$, sig = 0,033); 2) ada hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap harga dengan loyalitas konsumen ($\beta = 0,318$, sig = 0,004); dan 3) ada hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap fasilitas dengan loyalitas konsumen ($\beta = 0,247$, sig = 0,030).

ABSTRACT

AN ANALYSIS ON THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER,
SATISFACTION AND THEIR LOYALTY TO RESTAURANTS

A Case Study at Mang Engking Restaurant, Sendangrejo, Minggir, Sleman,
Yogyakarta

M. Gunawan
991324013
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2006

This research aimed to test and analyze: 1) the relationships between customer satisfaction toward products and their loyalty to Mang Engking Restaurant; 2) the relationships between customer satisfaction toward price and their loyalty to Mang Engking Restaurant; and 3) the relationships between customer satisfaction toward facilities and their loyalty to Mang Engking Restaurant.

This research was conducted at Mang Engking Restaurant in October 2005. The research population was all of the consumers dining in at Mang Engking Restaurant. The sample of this research was 50 people. The sampling and the data collecting technique used was *accidental* sampling and the data collecting techniques used were questionnaire, interviews, and documentation. The data analysis technique used in the hypothesis testing was *regression line equation* to three predictors with the level of significance 5%.

Based on the regression line equation to three predictors, the research findings showed that: 1) There was a positive and significant relationship between the customer satisfaction toward products and their loyalty ($\beta = 0,284$, $\text{sig} = 0,033$); 2) There was a positive and significant relationship between the customer satisfaction toward price and their loyalty ($\beta = 0,318$, $\text{sig} = 0,004$); and 3) There was a positive and significant relationship between the customer satisfaction toward facilities and their loyalty ($\beta = 0,274$, $\text{sig} = 0,030$).