

## **ABSTRAK**

### **HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DENGAN LOYALITAS KONSUMEN**

**Antony Evenly**  
**Universitas Sanata Dharma**  
**Jogjakarta**  
**2006**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan positif antara persepsi kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Subyek penelitian ini adalah konsumen Dazzle Celluler Accessories, dengan 60 konsumen yang datang ke Dazzle minimal 3 kali.

Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan positif antara persepsi kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Konsumen yang memiliki loyalitas tinggi akan memiliki persepsi kualitas pelayanan yang tinggi. Begitu juga konsumen yang memiliki persepsi kualitas pelayanan yang tinggi akan memiliki loyalitas yang tinggi.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu:

- 1) Skala Persepsi Kualitas Pelayanan untuk mengukur seberapa tinggi Persepsi Kualitas Pelayanan yang disusun dengan metode rating yang dijumlahkan.
- 2) Skala Loyalitas Konsumen untuk mengukur tingkat loyalitas yang disusun dengan metode rating yang dijumlahkan. Kedua skala telah diujicobakan. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa skala persepsi kualitas pelayanan memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,943 skala loyalitas konsumen sebesar 0,894. Analisis data dilakukan dengan program *SPSS versi 13.00* menggunakan analisis *Product Moment Pearson*. Hasil analisis data menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara persepsi kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen sebesar 0,767 (r) dengan  $p < 0.05$  dan koefisien determinasi ( $r$  kuadrat) sebesar 0,589. Dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa variasi loyalitas konsumen dapat dijelaskan dari variasi persepsi kualitas pelayanan dengan sumbangan efektif sebesar 59%, sedangkan sisanya dapat dijelaskan dengan variabel lain.

## **ABSTRACT**

### **A Relation between Service Quality Perception with Customer Loyalty**

**Antony Evenly**  
**Sanata Dharma University**  
**Jogjakarta**  
**2006**

The research was aimed to know the positive relationship between service quality perception and customer loyalty. The subject of research was Dazzle Cellular Accessories customers. The subjects of this research were 60 customers who came 3 times to Dazzle Cellular Accessories.

The hypothesis of this research is there is a relationship between quality service perception and customer loyalty. The higher customers perception about service quality. The higher loyalty will be.

Method of summated rating is used to gather the data in this research, which consists of 2 scales, those are: 1) Quality service perception's scale to measure quality service perception which is arranged with method of summated rating. 2) Customers loyalty scale to measure quality service perception which is arranged by method of summated rating. Those 2 scales have been tested. The result showed that quality perception scale has equal to 0,943 reliability coefficient, customers loyalty equal to 0,894. Data analysis was done with SPSS V.13 with *Product Moment Pearson* analysis. The result showed that there is a significant positive relationship between quality service perception with customers loyalty equal to 0,767 with  $p < 0,05$  and determination coefficient equal to 0,589. It can be concluded that customers loyalty variation can be explained from the quality service perception with effectivity degree equal to 59% and the rest can be explained by the other variable.