

ABSTRAK

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

(Studi Pada Rental Motor Berkat Indah Semesta (BISA))

Yovin Purnama Sari
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh *Tangibles* terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan sebagai variabel mediasi, (2) pengaruh *Reliability* terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan sebagai variabel mediasi, (3) pengaruh *Responsiveness* terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan sebagai variabel mediasi, (4) pengaruh *Assurance* terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan sebagai variabel mediasi, (5) pengaruh *Empathy* terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan sebagai variabel mediasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner berupa *google formulir* kepada 115 responden. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan alat analisis SmartPLS 3.0. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa: (1) *Tangibles* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan sebagai variabel mediasi, (2) *Reliability* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan sebagai variabel mediasi, (3) *Responsiveness* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan sebagai variabel mediasi, (4) *Assurance* berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan sebagai variabel mediasi, (5) *Empathy* berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci: *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy.*

ABSTRACT

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS
ON CONSUMER LOYALTY WITH SATISFACTION AS A MEDIATING
VARIABLE**

(Study of Rental Motor Berkas Indah Semesta (BISA))

Yovin Purnama Sari
Management Study Program, Faculty of Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2024

This research aims to determine: (1) the influence of Tangibles on Consumer Loyalty through Satisfaction as a mediating variable, (2) the influence of Reliability on Consumer Loyalty through Satisfaction as a variable, (3) the influence of Responsiveness on Consumer Loyalty through Satisfaction as a mediating variable, (4) the influence of Assurance on Consumer Loyalty through Satisfaction as a mediating variable, (5) the influence of Empathy on Consumer Loyalty through Satisfaction as a mediating variable. The sampling technique uses purposive sampling. Data was obtained using a questionnaire in the form of a Google form to 115 respondents. The data analysis technique uses Partial Least Square (PLS) using the SmartPLS 3.0 analysis tool. The results obtained show that: (1) Tangibles have did not influence Consumer Loyalty through Satisfaction as a mediating variable, (2) Reliability did not influence Consumer Loyalty through Satisfaction as a mediating variable, (3) Responsiveness did not influence Consumer Loyalty through Satisfaction as a mediating variable , (4) Assurance influenced Consumer Loyalty through Satisfaction as a mediating variable, (5) Empathy influenced Consumer Loyalty through Satisfaction as a mediating variable.

Keywords: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy.