

ABSTRAKSI

YUDIANTO PRABOWO PUTRA. Analisis Dampak *Service Performance* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai *Moderating Variable* pada Konsumen gerai-gerai Matahari Departmen Store, Yogyakarta. (Dibimbing oleh Dra. SRI KUSSUJANIATUN, Msi dan SHINTA HERU SATOTO, SE., Msi).

Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam mempertahankan konsumennya atau menimbulkan loyalitas konsumen. Permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan adalah strategi apa saja yang dapat dilakukan untuk menimbulkan loyalitas pada konsumennya. Apakah *service performance* (kinerja pelayanan) yang diberikan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan apakah dengan adanya kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi lebih dapat menjelaskan hubungan *service performance* terhadap loyalitas. Dengan adanya masalah tersebut maka perlu dirumuskan strategi yang tepat guna menghadapi persaingan.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Mengetahui apakah *service performance* (kinerja pelayanan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. (2) Mengetahui sejauh mana peranan kepuasan sebagai moderating variable dalam menjelaskan hubungan *service performance* dengan loyalitas konsumen.

Penelitian dilakukan pada gerai-gerai Matahari Departmen Store yang berlokasi di Yogyakarta. Pengambilan data dimulai pada bulan juni hingga juli 2013. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik regresi sederhana dan *Moderating Regression Analysis* (MRA).

Hasil analisis deskriptif mengindikasikan bahwa mayoritas responden merasa kinerja pelayanan yang dilakukan sudah baik, merasa puas dengan menjadi konsumen di Matahari dan loyal. Hasil analisis statistik regresi sederhana menunjukkan bahwa *service performance* berpengaruh positif terhadap loyalitas yang mengartikan bahwa semakin tinggi *service performance* maka semakin tinggi pula loyalitas. Sedangkan hasil *Moderating Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa dengan adanya kepuasan sebagai variabel moderasi berpengaruh negatif searah terhadap loyalitas, hal ini dapat diartikan bahwa dengan dimasukkannya kepuasan sebagai *moderating variable* membuat loyalitas menjadi turun.

Kata kunci : *Service performance*, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen