

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pelanggan King Clean di D.I.Yogyakarta.

Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah total sampel dalam penelitian ini sebanyak 106 orang yang merupakan pelanggan King Clean Jogja dalam 1 tahun terakhir. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan model persamaan struktural dengan bantuan *software* Amos 21. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan kepercayaan pelanggan tidak mampu memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan, Model Persamaan Struktural, Jasa Kebersihan.

ABSTRACT

This research aims to understand the effect of service quality on customer loyalty with customer satisfaction and customer trust as mediation variables on King Clean's customers in the Special Region of Yogyakarta.

Non probability sampling with purposive sampling technique used as the sampling method. 106 customers of King Clean's for the past year used as the samples. The data were collected using questionnaire. Structural equation modeling, with the helped of Amos 21 software, used as the analysis technique for the quantitative data. The findings of this research revealed that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer trust, service quality did not have a direct effect on customer loyalty, customer loyalty has no significant effect toward customer loyalty, customer satisfaction could mediate the effect influence of service quality toward customer loyalty, and customer trust could not mediate the effect of service quality toward customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Trust, Customer's Loyalty, Structural Equation Modeling, and Cleaning Services.