

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa apakah dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *Tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa Dealer, Obyek dalam penelitian ini adalah konsumen jasa service Yamaha Sumber Baru Motor Dongkelan dan Yamaha Sumber Baru Motor Parangtritis Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik dengan pendekatan *Purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu, adapun kriteria pengambilan sampel adalah konsumen yang menggunakan jasa service Yamaha Sumber Baru Motor Yogyakarta, 2 kali dan lebih 2 kali. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 0,175X_1 + 0,237 X_2 + 0,208 X_3 + 0,218 X_4 + 0,272X_5$ Berdasarkan analisis data statistik, indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat *reliabel*, H_0 ditolak yang berarti secara bersama-sama variabel independen yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas konsumen dan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas konsumen Yamaha Sumber Baru Motor Yogyakarta dan uji r menunjukkan loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel independen yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*, variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen adalah variabel empati (*emphaty*) hal ini dibuktikan dengan *Unstandardized Coefficients* B 1.315 dan *Standardized Coefficients* Beta 275.

Kata Kunci : Dimensi Kualitas Pelayanan dan Loyalitas

ABSTRACT

This research aims to analyze the dimensions of service quality that includes Tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy influence on service user Dealer loyalty, Objects in this research are consumer services Yamaha Sumber Baru Motor Dongkelan and Yamaha Sumber Baru Motor Parangtritis Yogyakarta. The sample of 100 respondents by using purposive sampling approach, that sample is based on certain criteria, while the sampling criteria are consumers who use the services of Yamaha Sumber Baru Motor Yogyakarta, 2 times and over 2 times, Based on the research, obtained the following regression equation: $Y = 0,175X_1 + 0,237 X_2 + 0,208 X_3 + 0,218 X_4 + 0,272X_5$, Based on the analysis of statistical data, indicators in this research are valid and reliable variables, H_0 rejected, which means jointly independent variables namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy have a significant effect on the dependent variable is customer loyalty and H_0 is rejected and H_a accepted, it means the variable tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy give effect significant effect on the dependent variable is customer loyalty Yamaha Sumber Baru Motor Yogyakarta and r test showed consumer loyalty influenced by independent variables consisting of tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy, the most dominant variable effect on customer loyalty is variable empathy (empathy) case this is evidenced by Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients B and the 1315 Beta 275.

Keyword : Dimension of Quality of Service and of Loyalty