

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen dan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Pamella 3 Yogyakarta. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan dijelaskan dalam 5 dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Pamella 3 yang ada di Yogyakarta. Sedangkan sampel penelitian ini adalah 96 responden yang dianggap telah cukup mewakili populasi yang diteliti. Teknik penarikan sampel menggunakan metode *Convinien cesampling* yaitu sampel yang diambil berdasarkan spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristiknya, maka orang tersebut dapat dijadikan sampel. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif responden dan analisis regresi linier berganda

Hasil analisis regresi berganda 1 menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Kualitas pelayanan dan Harga secara bersama-sama dan parsial terhadap Kepuasan konsumen. Dari seluruh variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah dimensi *responsiveness*. Hal ini berarti dimensi *responsiveness* merupakan pertimbangan utama bagi kepuasan konsumen di Pamella 3 Yogyakarta. Hasil regresi berganda 2 menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Kualitas pelayanan, Harga, dan Kepuasan secara bersama-sama dan parsial terhadap Loyalitas konsumen. Dari seluruh variabel yang paling dominan mempengaruhi Loyalitas konsumen adalah dimensi *emphaty*. Hal ini berarti dimensi *emphaty* merupakan pertimbangan utama bagi Loyalitas konsumen di Pamella 3 Yogyakarta.

Kata Kunci : *kualitas pelayanan, harga, kepuasan, loyalitas konsumen*

ABSTRACT

This study aims to explain the Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Influence of Service Quality, Price, and Satisfaction Customer loyalty Pamella 3 Yogyakarta. In this study, the quality of service described in 5 dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The population used in this study are the consumers of Pamella3 in Yogyakarta. While this sample is 96 respondents were considered to have been adequately represent the population studied. The sampling technique used Convenience Sampling method that anyone who happened to meet with investigators and according to their characteristics, then that person can be sampled. Analysis model used in this research is descriptive analysis of respondents and multiple linear regression analysis.

The results of multiple regression analysis one finds that there are positive and significant effect of the variable quality of service and price together and partially to consumer satisfaction. From all the most dominant variable affecting consumer satisfaction is the dimension of responsiveness. This means that the dimensions of responsiveness is a key consideration for customer satisfaction in Pamella 3 Yogyakarta. The results of multiple regression 2 found that there is a positive and significant effect of the variable quality of service, price, and satisfaction together and partially to consumer loyalty. From all the most dominant variable influencing consumer loyalty is the dimension of empathy. This means that the dimensions of empathy is a key consideration for consumer loyalty in Pamella 3 Yogyakarta.

Keywords : *quality of service , price , satisfaction , customer loyalty*