

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Cepat Saji Lokal Yogyakarta. Ada beberapa variabel yang dilibatkan sebagai antesenden yaitu pengaruh kualitas pelayanan yang dirasakan, kualitas produk yang dirasakan, dan kewajaran harga yang dirasakan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan membeli produk di Restoran Cepat Saji Lokal Yogyakarta. Data diambil menggunakan *convenience sampling technique* dengan sampel 200 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner dan datanya diolah dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pertama ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan. Kedua ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan yang dirasakan terhadap loyalitas pelanggan. Ketiga ada pengaruh signifikan antara kualitas produk yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan. Keempat ada pengaruh signifikan antara kualitas produk yang dirasakan terhadap loyalitas pelanggan. Kelima ada pengaruh signifikan antara kewajaran harga yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan. Keenam ada pengaruh signifikan antara kewajaran harga yang dirasakan terhadap loyalitas pelanggan. Ketujuh ada pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan Yang Dirasakan, Kualitas Produk Yang Dirasakan, Kewajaran Harga Dirasakan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.*

ABSTRACT

This paper aimed to analyze the influence of customer's satisfaction to customer's loyalty in local restaurant Yogyakarta. There are variables involved as consideration which are perceived service quality, perceived product quality, and perceived price fairness. Population on this study is customer of instan local restaurant in Yogyakarta. Data was collected by using convenience sampling technique that analyze among 200 respondents. The method used by distributing questionnaires and processed by using Structural Equation Modelling AMOS. The results of this study indicate that, there is a significant influence between the perceived service quality to customer satisfaction. Second, there is a significant influence between perceived service quality to customer loyalty. Third, there is a significant influence between perceived product quality to customer satisfaction. Fourth, there is a significant influence between perceived product quality to customer loyalty. Fifth, there is a significant influence between perceived price fairness to customer satisfaction. Then, there is a significant influence between perceived price fairness to customer loyalty. In addition, there is a significant influence between customer satisfaction with customer loyalty.

Keywords : *Perceived Service Quality, Perceived Product Quality, Perceived Price Fairness, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*