

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan kepuasan konsumen warung Burjo di Sedayu Yogyakarta. Subjek penelitian adalah konsumen yang sudah melakukan pembelian lebih dari dua kali. Pengambilan subjek menggunakan sampling purposive dengan data yang dikumpulkan menggunakan Skala Kualitas Pelayanan dan Skala Kepuasan Konsumen. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi product moment. Berdasarkan hasil analisis diperoleh koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0.692 dengan $p = 0.000$, sehingga hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima karena terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan kepuasan konsumen. Sumbangan efektif yang diberikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 47.9% dan sisanya 52.1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas produk, emosional, harga produk, dan biaya konsumen.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

ABSTRAK

This study aims to determine the relationship between the quality of service satisfaction Burjo stall customers in Sedayu Yogyakarta. Research subjects are consumers who have made purchases more than twice. Taking subjects using purposive sampling with data collected using the Service Quality Scale and Consumer Satisfaction Scale. The data analysis method used is the product moment correlation technique. Based on the analysis results obtained by the correlation coefficient (r_{xy}) of 0.692 with $p = 0.000$, so that the hypothesis in this study can be accepted because there is a positive relationship between service quality customer satisfaction. Effective contribution of service quality variables to customer satisfaction by 47.9% and the remaining 52.1% is influenced by other factors not examined in this study such as product quality, emotional, product prices, and consumer costs.

Keywords: *service quality, customer satisfaction*