

ABSTRACT

This study evaluates the influence of service quality on customer loyalty in motorbike and saloons hairdressing shops in Yogyakarta. The service quality is measured using five dimensions: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. The service quality is indeed considered the strongest competitive weapon by many organizations with respect to service. Sample is chosen utilizing purposive sampling method. 220 respondents of motorbike and 215 respondents of saloons hairdressing shops are employed. Data analysis is then conducted using regression analysis. This research finds that the five dimensions of service quality significantly influence the customer loyalty to employees and customer loyalty to the business. The dimension of tangibles strongly influences the customer loyalty to the business. To marketers, this finding provides for a long-term perspective of service management. In the conclusion, several suggestions for future research are given, which is to broaden service types so as to acquire higher generalization with more varied population.

Keywords: *service quality, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles*

ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada salon rambut dan bengkel sepeda motor di Yogyakarta. Kualitas pelayanan dihitung menggunakan lima dimensi: realibilitas, responsif, asuransi, empati, dan bukti fisik. Kualitas pelayanan merupakan hal kompetitif yang kuat yang digunakan banyak organisasi dalam pelayanan. Sampel penelitian terpilih menggunakan metode purposive sampling. Dalam penelitian ini, terdapat 220 responden pelanggan bengkel dan 215 responden pelanggan salon. Analisis data digunakan menggunakan analisis regresi. Penelitian ini menemukan bahwa 5 dimensi kualitas pelayanan tersebut mempengaruhi loyalitas pelanggan pada karyawan dan pada bisnis. Dimensi bukti fisik mempengaruhi loyalitas pelanggan pada bisnis. Untuk marketing, penelitian ini menyediakan perspektif jangka panjang untuk manajemen pelayanan. Sebagai simpulan, beberapa saran untuk penelitian selanjutnya dituliskan, yang merupakan jenis pelayanan yang lebih luas untuk mencapai generalisasi dengan lebih banyak populasi.

Kata kunci: *service quality, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles*