

## ABSTRAK

McDonald's merupakan restoran makanan cepat saji yang tergolong baik karena dari awal terbentuknya sudah menerapkan prosedur operasi standar berupa mutu, pelayanan, kebersihan, dan nilai. Namun, pada implementasinya konsumen McDonald's merasakan dan menemukan pelayanan yang kurang baik yang diberikan oleh pihak penyedia jasa. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang berdampak pada loyalitas konsumen.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X) sebagai variabel bebas, kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel mediasi, dan loyalitas konsumen (Z) sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel dengan teknik *nonprobability sampling* dan teknik *incidental sampling* untuk menyebarkan kuesioner kepada sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur digunakan untuk menganalisis data serta menguji hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data ditemukan bahwa kualitas pelayanan sebesar 71,68%, kepuasan konsumen sebesar 70,3%, dan loyalitas konsumen sebesar 66%. Pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah 30,14%. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen adalah 1,04%. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah 8,58%. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen secara simultan adalah 12,11% dan dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 87,89%.

Setelah melakukan penelitian ini, penulis mengharapkan penulis berikutnya untuk melakukan penelitian tentang tanggung jawab sosial perusahaan dan manajemen hubungan pelanggan dengan sampel yang lebih banyak sehingga hasil penelitian lebih representatif.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen.**

## **ABSTRACT**

*McDonald's is a fast food restaurant which is good because of the initial formation of the already apply standard observation checklist such as quality, service, cleanliness, and value. However, the implementation of McDonald's consumers find the taste and poor service provided by the service provider. The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction impact on customer loyalty.*

*The variables used in this study is the quality of service (X) as the independent variable, customer satisfaction (Y) as a mediating variable, and customer loyalty (Z) as the dependent variable. This study conduct sampling using nonprobability sampling techniques and incidental sampling technique for distributing questionnaires to 100 respondents. Data analysis techniques in this study using path analysis is used to analyze the data and to test the hypothesis.*

*Based on the results of the analysis and processing of data it is found that quality of service influence 71.68%, customer satisfaction influence 70.3%, and customer loyalty influence 66%. The partial influence the quality of service on customer satisfaction is 30.14%. Influence of customer satisfaction on consumer loyalty is 1.04%. Influence of service quality on customer loyalty is 8.58%. The influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty simultaneously is 12.11% and is influenced by other variables amounted to 87.89%.*

*After doing this research, the authors expects subsequent author to conduct a research about corporate social responsibility and customer relationship management with more samples so that the results of the study more representative.*

**Keywords:** *service quality, consumer satisfaction, consumer loyalty*