

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING PADA WARUNG NASI  
IBU SRI MEDAN**

**ABSTRAK**

Dalam era globalisasi saat ini dunia bisnis mengalami persaingan yang semakin ketat terutama dalam bisnis kuliner. Banyaknya persaingan dalam bidang kuliner saat ini sangatlah tinggi, mulai dari toko pinggir jalan yang sering juga kita sebut sebagai warung hingga ke restoran besar yang mewah. Masing-masing menawarkan berbagai macam makanan yang menggugah selera dan mempunyai ciri khas tersendiri dari warung ataupun restoran itu sendiri. Adanya tingkat persaingan yang tinggi mengharuskan suatu rumah makan atau restoran untuk tetap menjaga serta meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggan maka diharapkan kepuasan pelanggan akan tercipta dan selanjutnya pelanggan akan menjadi loyal. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari: *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* terhadap loyalitas pelanggan dengan variabel interveningnya adalah kepuasan pelanggan di Warung Nasi Ibu Sri Medan. Jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif, dan sifat penelitian adalah penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah membeli produk di Warung Nasi Ibu Sri Medan Lebih dari Satu Kali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan daftar pertanyaan. Metode analisis data dilakukan dengan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 2) *Tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* melalui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. 3) Secara parsial variabel *assurance* berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan. 4) Secara parsial variabel *assurance* berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan**

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY  
WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE  
AT PT WARUNG NASI IBU SRI MEDAN**

**ABSTRACT**

*In the globalization era today, business, especially in culinary business, faces highly tight competitiveness, from roadside eating stalls until big and luxurious restaurants. Each of them offers various kinds of food which arouse our appetite and each of them has its own characteristics. The high competitiveness requires a roadside eating stall or restaurant to maintain and improve its service quality. Good service quality will automatically make customers satisfied and they will eventually become loyal customers. The objective of the research was to find out and analyze the influence of service quality which consisted of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy on customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable at Warung Nasi Ibu Sri, Medan. The research used descriptive quantitative method with causal research approach. The population was the customers who both the product at Warung Nasi Ibu Sri, Medan more than once. The samples were taken accidental sampling technique. The data were gathered by using questionnaires and analyzed by using path analysis. The result of the research showed that 1) tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously, had positive and significant influence on customer loyalty; 2) tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy through customer satisfaction influenced customer loyalty; 3) partially, the variable of assurance had the most dominant influence on customer satisfaction; 4) partially, the variable of assurance had the most dominant influence on customer loyalty through customer satisfaction.*

**Keywords:** *Service Quality, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*