

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, interaksi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap intensi pembelian konsumen. Dengan menggunakan konsumen Swalayan Maga Yogyakarta sebagai subyek penelitian, responden diminta untuk menjawab butir-butir pertanyaan melalui kuesioner. Kualitas pelayanan mengacu pada lima dimensi dari Parasuraman dalam Sabihaini (2002), kepuasan pelanggan mengacu pada enam faktor yang dikemukakan oleh Cravens (1996) dan intensi pembelian konsumen mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Erma dan Murwanti (2006).

Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* dan alat analisisnya dengan analisis regresi moderai (MRA). Hasil penelitian menunjukkan, secara serentak kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, interaksi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi pembelian konsumen di Swalayan Maga. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ditemukan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi pembelian konsumen. Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memoderasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap intensi pembelian konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Interaksi, Intensi Pembelian Konsumen

ABSTRACT

This research is conducted to test the influence of service quality, customer satisfaction, interaction between quality of service and customer satisfaction of purchase intention. By using consumer supermarket (Maga Yogyakarta) as subject research, responder asked to reply the question item of through questioners. Service quality relate at five dimension from Parasuraman in Sabihaini (2002), customer satisfaction relate at six factor opened by Cravens (1996) and intentions of consumer purchasing relate at previous research conducted by Erma and Murwanti (2006).

Research method used that is use the technique of purposive sampling and its analyzer with the analysis of regression moderation (MRA). Result of research show, at a time is service quality, satisfaction customer, interaction of between service quality and customer satisfaction have an effect on positive and significant to purchase intentions in supermarket Maga. Result of research also indicate that the service quality found to have the positive influence and significant to intentions of consumer purchasing. Customer satisfaction have the positive influence and significant to intentions of consumer purchasing. Result of research indicate that the customer satisfaction able to moderator between service quality to purchase intentions.

Keyword: Service Quality Customer Satisfaction Purchase intentions