

## ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan untuk perusahaan jasa fashion design pada *Wiwi Couture*, suatu perusahaan jasa fashion design yang telah melayani pelanggannya sejak tahun 1971 hingga kini.

Responden yang diambil dari penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa fashion design *Wiwi Couture* sejak tahun 2008 hingga tahun 2009.

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *Purposive Sampling / Convenience Sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel untuk mewakili Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan yang meliputi : *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible* dan *Kognitif, Afektif, Konatif*.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Peningkatan kualitas layanan akan menaikkan loyalitas pelanggan atau sebaliknya.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.