

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BENGKEL PARNA JAYA MOTOR

Rahma Yulita^a, Safrizal^b, Susi Aritonang^c

^aSTIE Mahaputra Riau, rahmayulita1982@gmail.com

^bSTIE Mahaputra Riau, [safrizal@stie-mahaputra-riau.ac.id](mailto:sufrizal@stie-mahaputra-riau.ac.id)

^cSTIE Mahaputra Riau, susiaritonang11@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at Bengkel Parna Jaya Motor. This quantitative study has a population of 600 people with a sample of 86 with incidental sampling technique with the main primary data sources (interviews and questionnaires). This research uses multiple linear regression analysis by using statistical program for social science (SPSS) application. The results of the study show that service quality affects customer loyalty, and customer satisfaction affects customer loyalty at Parna Jaya Motor Workshop. The contribution in this study through the results of the coefficient of determination shows that the research variable of 50.1% is influenced by service and customer satisfaction, while 49.9% is influenced by other factors outside the research model.

Keywords: service quality, customer satisfaction, customer loyalty

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Parna Jaya Motor. Penelitian kuantitatif ini memiliki populasi sebanyak 600 orang dengan sampel sebanyak 86 dengan teknik incidental sampling dengan sumber data primer utama (wawancara dan kuesioner). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi *statistical program for social science* (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Parna Jaya Motor. Kontribusi dalam penelitian ini melalui hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel penelitian sebesar 50,1% dipengaruhi oleh layanan dan kepuasan pelanggan, sementara 49,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.

Kata Kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

1. PENDAHULUAN

Di era modern ini, masyarakat semakin dituntut untuk melakukan mobilitas sehari-hari dengan cepat. Hal tersebut dikarenakan semakin meningkatnya kegiatan yang harus dilakukan seseorang. Mulai dari bekerja, kuliah, sekolah ataupun sekedar hang out. Karena itu, kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi juga semakin meningkat setiap tahunnya. Melihat keadaan lalu lintas di Indonesia yang cukup padat, sepeda motor menjadi sarana transportasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia karena saat kondisi lalu lintas macet, pengendara motor lebih cepat sampai di tempat tujuan. Selain itu harga sepeda motor pada umumnya juga lebih murah dan terjangkau di banding dengan mobil. Dengan adanya perusahaan leasing yang bekerja sama dengan dealer saat ini juga semakin mempermudah masyarakat untuk membeli sepeda motor dengan cara mencicil.

Beberapa merek sepeda motor yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah Honda, Yamaha, Kawasaki dan Suzuki. Keempat merek tersebut selain memiliki image yang baik akan kualitas produknya, juga memiliki pelayanan after sales yang baik. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bengkel resmi yang terintegrasi dengan dealernya. Seiring dengan perkembangan dunia otomotif, bisnis usaha bengkel motor menjadi salah satu usaha yang menjanjikan. Muncul banyak bengkel yang tersebar di setiap tempat memberikan servis kendaraan, baik bengkel yang bersifat resmi maupun tidak resmi. Loyalitas pelanggan merupakan tujuan utama para perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan pelanggan merupakan sebagai salah satu kunci sukses dalam bisnis, pelanggan yang loyal pada perusahaan akan memberikan prioritas utama dalam berinteraksi. Sementara loyalitas pelanggan telah menjadi isu menarik dalam bidang pemasaran. Loyalitas pelanggan adalah sikap positif terhadap perusahaan, komitmen yang mempunyai niat untuk meneruskan pembelian di masa yang akan datang, hal ini dapat berlangsung

dalam jangka panjang dan berakhir pada saat terjadi ketidakcocokan yang akan memutuskan ikatan kuat antara pelanggan dan perusahaan. Loyalitas pelanggan berkaitan erat terhadap kualitas layanan dan kepuasan atau ketidakpuasan yang di alami pelanggan.

Menurut [1] menjelaskan loyalitas pelanggan sebagai komitmen yang kuat untuk membeli kembali atau mempolakan ulang secara konsisten produk atau jasa yang digunakan diwaktu yang akan datang, yang menyebabkan pembelian merek yang berulang walaupun ada pengaruh situasional dan stimulus pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku. Kualitas layanan dalam sebuah perusahaan dapat menentukan berlangsungnya ikatan perusahaan dengan pelanggan dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat di artikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan.

[2] menjelaskan bahwa kualitas dapat dirumuskan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga kualitas memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kinerja perusahaan dengan harapannya. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang di perusahaan tersebut dan mereka akan merekomendasikan pada orang lain atas apa yang mereka rasakan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam citra perusahaan, kekecewaan pelanggan dalam menerima layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan dimasa mendatang. Agar pelanggan dapat di pertahankan, tentu harus di lakukan layanan optimal bagi pelanggan dan untuk menciptakan kepuasan pelanggan perusahaan dituntut untuk melakukan berbagai perubahan dalam hal ketersediaan sumber daya manusia, mutu layanan, dan jasa.

[3] menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau pesan dengan kinerja suatu produk dan harapan harapannya. Dengan kata lain, seseorang merasa puas apabila hasil yang di dapat minimal mampu memenuhi harapannya sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hasil yang di dapat tidak mampu memenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku penggunaan kembali secara terus menerus sehingga terbentuklah loyalitas. Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel Parna Jaya Motor, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang di berikan, kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Bengkel Parna Jaya Motor merupakan salah satu bengkel di Pekanbaru yang terletak di Jalan Karya Empat. Bengkel Parna sudah beroperasi sejak tahun 2013. Bengkel Parna Jaya Motor bukan lah bengkel resmi yang terintegrasi dengan dealer, melainkan sebuah bengkel pribadi. Selain menyediakan spare part OEM bengkel Parna Jaya Motor juga menyediakan spare part aftermarket. Berdasarkan pengamatan yang di lakukan pada bengkel Parna Jaya Motor ternyata bahwa loyalitas pelanggan bertambah, karena harga dan jasa yang di jual jauh lebih murah di bandingkan dengan harga bengkel sejenisnya

Tabel 1. Jumlah Pelanggan Bengkel Parna Jaya Motor 2017-2021

No	Tahun/Year	Jumlah
1	2017	925
2	2018	803
3	2019	850
4	2020	737
5	2021	600

Sumber : Bengkel Parna Jaya Motor,2021

Pada tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah pelanggan di Bengkel Parna Jaya Motor pada tahun 2017 sebanyak 925 pelanggan dan mengalami penurunan pada tahun 2018 sebanyak 803 pelanggan, pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebanyak 850 pelanggan kemudian mengalami penurunan pada tahun 2020

sebanyak 737 pelanggan sedangkan pada tahun 2021 mengalami penurunan kembali sebanyak 600 pelanggan karena adanya penurunan ekonomi yang dirasakan masyarakat akibat adanya pandemi covid-19. Fenomena yang terjadi pada Bengkel Parna Jaya Motor mengenai loyalitas pelanggan adalah, kepuasan pelanggan, menjadi salah satu faktor penentu dalam menentukan sukses atau tidaknya sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Disingkat itu kualitas layanan, menunjukkan pelanggan adalah pihak yang harus dipenuhi kebutuhannya oleh Bengkel Parna Jaya Motor. Apabila pelanggan merasa kebutuhannya tidak terpenuhi oleh jasa yang di berikan oleh Bengkel, maka pelanggan tersebut tidak akan merasa terpuaskan kebutuhannya. Citra merek, pelanggan memandang atau mempunyai persepsi tertentu pada suatu merek. Kepercayaan, dengan adanya perhatian yang lebih kepada pelanggan yang dikenal membuat pelanggan enggan untuk datang kembali, dan relasional pelanggan, adanya keunggulan dari Bengkel Parna Jaya Motor dengan bengkel lainnya sehingga mengharuskan pelanggan tersebut setia dan loyal pada Bengkel Parna Jaya Motor.

Sebagai acuan [1] penulis maka diuraikan beberapa penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan oleh dengan judul penelitian kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan pada PT. DGS Manado menyatakan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian [4] dengan judul penelitian pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan juga memberi bukti bahwa dari penelitian ini diketahui pula bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan oleh [5] dengan judul penelitian pengaruh kualitas pelayanan dimensiasi kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Air Manado yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Menurut [2] Pengukuran loyalitas dilihat dari aspek pembelian ulang (a), kebiasaan meng konsumsi (b), rasa suka yang besar terhadap merek (c), ketetapan pada merek (d), keyakinan pada merek (e), perekomendasi merek kepada orang lain (f).

2.2. Heading Level Ketiga

Kualitas layanan adalah kualitas merupakan kon disid dinamis yang berhubun g dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan [3]. Pengukuran kualitas pelanggan dilakukan dengan melihat aspek (a) berwujud (*tangible*), (b) reabilitas, (c) ketanggapan (*reponsiveness*), (d) jaminan dan kepastian (*assurance*), dan (e) empati (*empathy*).

2.3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut [3] Pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan berdasarkan Terpenuhinya harapan pelanggan (a), Sikap atau keinginan selalu menggunakan produk (b), Merekomendasi ke orang lain (c), Kualitas layanan (d), Loyalitas (e), Reputasi yang baik (f), dan Lokasi (g).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada Bengkel Parna Jaya Motor yang beralamatkan di Jl. Karya IV No.15 Elpiji Pasir Putih, Pekanbaru. Penelitian kuantitatif ini melibatkan data primer berupa melalui teknik wawancara dan kuesier dalam melakukan pengumpulan data. Disamping itu juga melibatkan data sekunder berupa catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya yaitu dengan mengadakan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan objek penelitian atau dapat dilakukan dengan menggunakan data dari Biro Pusat Statistik (BPS). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 600 orang yang pernah memakai jasa pada tahun 2021, sementara itu sampel yang digunakan ialah

sebanyak 86 dengan berdasarkan teknik incidental sampling melalui rumus *Taro Yamene*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan SPSS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Deskriptif Responden

Adapun hasil analisis deskriptif responden ialah sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
a. Jenis Kelamin		
Laki – laki	54	62,5 %
Perempuan	32	37,5%
Jumlah	86	100%
b. Klasifikasi Usia		
21-30	30	34,5%
31-40	35	40%
40 keatas	21	25,5%
Jumlah	86	100%
c. Pekerjaan		
Wiraswasta	37	43,5%
Pedagang	20	23%
Karyawan	22	25,5%
ASN	7	8%
Jumlah	86	100%

Sumber: Data Primer 2022

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebagai benar responden ialah laki-laki sebanyak 54 orang atau 62,5% dibandingkan perempuan 32 orang atau 37,5%, selanjutnya responden dalam penelitian ialah merata yakni kisaran usia 21-30 sebanyak 30 orang atau 34,5%, usia 31-40 sebanyak 35 orang atau 40%, dan usi 40 keatas sebanyak 21 orang atau 25,5%. Kemudian responden dalam penelitian sebagian besar memiliki profesi sebagai wiraswasta sebanyak 37 orang atau 43,5, dan disusul sebagai karyawan, pedagang, dan aparatur sipil negara.

4.2 Hasil Uji Kualitas Data

4.2.1 Hasil Uji Validitas Data

Hasil pengujian validitas data yang dilakukan pada variabel kualitas layanan (X_1) dan kepuasan pelanggan (X_2) serta loyalitas pelanggan (Y) dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel, dari perhitungan yang dilakukan diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel 0,212 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel penelitian valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Data

Hasil pengujian reliabilitas data dilakukan dengan membandingkan nilai alpha crumbach dengan standar alpha yang digunakan yakni 0,70. Adapun hasil pengujian reliabilitas data sebagai berikut :

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Data

No	Varibel	α hitung	α standar	Keterangan
1	Kualitas Layanan	0,666	0,6	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan	0,839	0,6	Reliabel
3	Loyalitas Pelanggan	0,893	0,6	Reliabel

Sumber: Data olahan 2022

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai alpha crumbach atas variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, serta loyalitas pelanggan memiliki nilai besar dari 0,60 sehingga penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Hasil Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas digunakan untuk melihat distribusi dari data penelitian, penelitian yang baik akan memiliki distribusi data yang normal. Pengujian normalitas data dilakukan dengan uji Kolmogorov smirnov dengan membandingkan nilai sig terhadap standar alpha yang digunakan yakni 0.05, adapun hasil pengujian normalitas data ialah sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Data

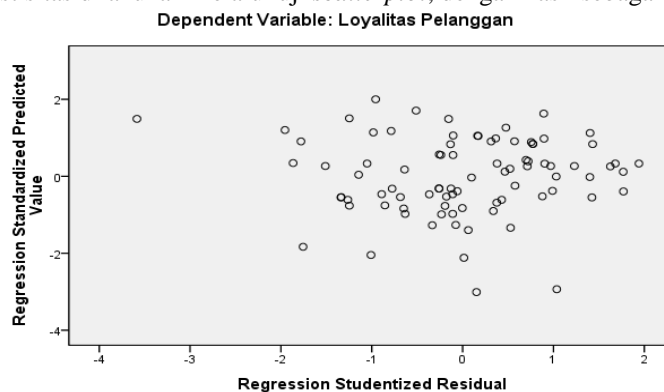
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Kualitas Layanan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
N		86	86	86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	40.4651	50.9535	67.4884
	Std. Deviation	5.88857	9.06306	10.94988
Most Extreme Differences	Absolute	.091	.085	.102
	Positive	.050	.079	.078
	Negative	-.091	-.085	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		.846	.792	.950
Asymp. Sig. (2-tailed)		.472	.557	.327
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				

Sumber : Data olahan 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa besarnya nilai Test Statistic untuk kualitas layanan adalah 0,846 dan Asymp. Signifikansi 0,472. Test Statistic untuk kepuasan pelanggan adalah 0,792 dan Asymp. Signifikansi 0,557. Test Statistic untuk loyalitas pelanggan adalah 0,950 dan Asymp. Signifikansi 0,327. Jika nilai signifikansi \leq dari 0.05 maka data tidak berdistribusi normal dan jika nilai signifikansi \geq 0.05 maka data berdistribusi normal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan nilai signifikansi \geq 0.05 maka data residual berdistribusi normal.

4.3.2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan melalui uji *scatterplot*, dengan hasil sebagai berikut :



Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber : Data olahan 2022

Berdasarkan pada Gambar diatas pada Scatterplot pengujian heterokedastisitas dapat diketahui bahwa titik-titik tersebar diatas maupun dibawah titik 0 sehingga tidak terjadi adanya gejala heterokedastisitas.

4.3.3 Hasil Uji Multikolenieritas

Uji multikolenieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel independen mengandung kolerasi atau tidak. Adapun hasil pengujian multikolenieritas sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Multikolenieritas

Model	Coefficients ^a	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Layanan	.523	1.913
Kepuasan Pelanggan	.523	1.913

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
Sumber : Data olahan 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai dari toleransi pada kualitas layanan sebesar 0,523 dan nilai VIF sebesar 1,913. Nilai dari toleransi pada kepuasan pelanggan sebesar 0,523 dan nilai VIF sebesar 1.913. Dengan demikian ke dua variabel independen dalam penelitian ini masih lebih kecil dari pada 10 (VIF < 10). Maka dapat disimpulkan bahwa dapat disimpulkan bahwa ke dua variabel independen penelitian ini tidak terjadi multikolenieritas.

4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Adapun hasil pengujian regresi linear berganda ialah sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.426	5.915		2.608	.011
Kualitas Layanan	.583	.197	.314	2.958	.004
Kepuasan Pelanggan	.559	.128	.462	4.362	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data olahan 2022

Berdasarkan hasil pengujian diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk ialah sebagai berikut :

$$Y = 15.426 + 0.583 X_1 + 0.559 X_2 + e$$

4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) berguna untuk mengukur seberapa besar peranan variabel independen (kualitas layanan dan kepuasan pelanggan) secara bersama-sama menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen (loyalitas pelanggan).

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Model Summary ^b		
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.716 ^a	.513	.501	7.73690	1.663

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan
b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data olahan 2022

Berdasarkan tabel diketahui bahwa koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,501 atau sebesar 50,1% hal ini berarti 50,1% dari variabel loyalitas pelanggan bisa dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 49,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

4.5.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Parna Jaya Motor

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai t hitung $2.958 > t$ tabel $43,628$, dengan nilai sig $0.004 < 0.005$, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Parna Jaya Motor. Menurut [6] kualitas dapat dirumuskan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Kualitas memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Artinya kualitas layanan adalah faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberikan layanan bisa menjadikan kehancuran bengkel parna jaya motor dimasa yang akan datang. Agar pelanggan dapat dipertahankan, tentu harus dilakukannya pelayanan yang optimal bagi pelanggan.

Mengacu kepada indikator kualitas layanan seperti berwujud, reabilitas, ketanggapan, jaminan dan kepastian, serta empati. Sehingga layanan yang berkualitas merupakan salah satu intisari manajemen, sumber daya pokok, dan titik sentral dari setiap aktivitas yang terjadi dalam suatu bengkel. Layanan yang baik juga terjadi karena pemilik bengkel dan mekanik bekerja sama untuk memberikan kenyamanan pelanggan sehingga pelanggan akan datang kembali untuk berkunjung. Dari hasil analisis secara variabel kualitas layanan dianggap penting oleh responden, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden tentang kualitas layanan. Hal ini sejalan juga dengan hasil analisis regresi dan pengujian secara parsial (uji t) terhadap variabel kualitas layanan yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki nilai positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Parna Jaya Motor.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu Oktaviani [1], [7], [8], [9], [10] menyatakan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4.5.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Parna Jaya Motor

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai t hitung $4.362 > t$ tabel $43,628$, dengan nilai sig $0.000 < 0.005$, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Parna Jaya Motor. [11] menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Bila kinerja atau prestasi sesuai atau bahkan melebihi harapan, pembeliannya merasa puas. Perusahaan yang cerdas mempunyai tujuan membuat gembira pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka serahkan, kemudian menyerahkan lebih banyak dari yang mereka janjikan.

Berhasil atau tidaknya suatu usaha dalam menjual barang atau jasa tergantung dari usaha yang sungguh-sungguh dalam pemasaran. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan bengkel parna jaya motor dituntut untuk melakukan perubahan dalam hal ketersediaan sumber daya manusia, mutu pelayanan maupun biaya pelayanan berbagai perubahan tersebut diharapkan menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan mengacu kepada indikator kepuasan pelanggan seperti terpenuhinya harapan pelanggan, sikap atau keinginan selalu menggunakan produk, merekomendasi ke orang lain, kualitas layanan, loyalitas, reputasi yang baik, serta lokasi Dengan demikian bahwa kepuasan pelanggan ialah proses mendorong seseorang untuk bertindak atau berperilaku dengan cara tertentu, dengan terpenuhinya kepuasan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku penggunaan kembali secara terus menerus sehingga terbentuknya loyalitas pelanggan.

Dari hasil analisis secara variabel kepuasan pelanggan dianggap penting oleh responden, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden tentang kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan juga dengan hasil analisis regresi dan pengujian secara parsial (uji t) terhadap variabel kepuasan pelanggan yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki nilai positif dan signifikan loyalitas pelanggan pada Bengkel Parna Jaya Motor. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh hal senada dengan pendapat para ahli tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh [12], [13], [14] Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian tentang kualitas pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Parna Jaya Motor yang telah dilakukan dan diuji, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, kualitas pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Parna Jaya Motor yang menunjukkan bahwa Kualitas memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Disamping itu kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Parna Jaya Motor, yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan ialah proses mendorong seseorang untuk bertindak atau berperilaku dengan cara tertentu, dengan terpenuhinya kepuasan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku penggunaan kembali secara terus menerus sehingga terbentuknya loyalitas pelanggan.

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penulisan ini ialah, pihak manajemen perusahaan mengkaji ulang tentang kualitas layanan dan fasilitas untuk kenyamanan pelanggan, karena dari hasil penelitian bahwa kualitas layanan lebih rendah bila dibandingkan dengan kepuasan pelanggan, artinya bahwa kualitas layanan yang dirasakan pelanggan belum sesuai dengan ketentuan yang ada. Peneliti selanjutnya, hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam atau mengembangkan variabel penelitian, sehingga dapat diperoleh temuan-temuan lain yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan, umpamanya seperti variabel kepercayaan dan minat beli.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] O. Ramenus, “Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Dgs Manado,” *Emba*, vol. 1, no. 3, pp. 1193–1202, 2013.
- [2] F. dan A. D. Tjiptono, *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2019.
- [3] Sangadji Etta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offse, 2013.
- [4] D. Aryani and F. Rosinta, “Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan,” *J. Ilmu Adm. dan Organ.*, vol. 17, no. 2, pp. 114–126, 2010, doi: 10.20476/jbb.v17i2.632.
- [5] I. Sukmawati and J. D. Massie, “Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Air Manado The Effects Of Service Quality Mediated By Customer Satisfaction And Trust Toward Customer Loyalty In PT Air,” *J. EMBA*, vol. 3, no. 3, pp. 729–742, 2015.
- [6] F. Tjiptono, *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset, 2012.
- [7] L. Trianah, D. Pranitasari, and S. Z. Marichs, “Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D ’ Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan),” vol. 26, no. 01, pp. 105–122, 2017.
- [8] M. M. Agistia and N. Nurcaya, “TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN I Made Meta Agistia I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia email : metaagistia@gmail.com Jumlah penduduk Provinsi Bali yang setiap tahunnya meningkat secara tidak langsung juga berdampak akan menin,” *E-Jurnal Manaj.*, vol. 8, no. 1, pp. 7219–7252, 2019.
- [9] H. Liung and T. Y. R. Syah, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas di Moderasi Harga,” *J. Ekon.*, vol. 8 (2), no. 9, 2017.
- [10] C. E. Thungasal and H. Siagian, “Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Hotel Kasuari,” *Agora*, vol. 7, no. 1, pp. 1–7, 2019.
- [11] A. Shinta, *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press, 2011.
- [12] F. Sirhan, W. Wahyu, and S. Agung, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS MAHASISWA (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang),” *J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 3, no. 1, pp. 120–134, 2016.
- [13] M. Maskur, N. Qomariah, and Nursaidah, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang),” *J. Sains Manaj. Bisnis Indones.*, vol. VI, no. 2, pp. 212–221, 2016, [Online]. Available: <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/361>
- [14] A. Yaqin and A. M. Ilfitriah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking Di Surabaya,” *J. Bus. Bank.*, vol. 4, no. 2, p. 245, 2015, doi: 10.14414/jbb.v4i2.375.