

ARTIKEL ILMIAH

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS PADA SEPEDA MOTOR SUZUKI DI PT. RIAU
JAYA CEMERLANG UJUNGBATU
KABUPATEN ROKAN HULU**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH:

DASMIATI
NIM : 1225063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2016**

LEMBAR PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PADA
SEPEDA MOTOR SUZUKI DI PT. RIAU JAYA CEMERLANG UJUNGBATU
KABUPATEN ROKAN HULU**

**Karya Ilmiah Ini Dibuat Sebagai Salah Satu Syarat Kelulusan
Studi Sarjana (S-1) Di Universitas Pasir Pengaraian**

Ditetapkan Dan Disahkan Di Pasir Pengaraian
Pada Tanggal 13 Januari 2016

Oleh:



Seprini, SE.,MM
Pembimbing I



Welven Aida, S.Pd.,M.Pd
Pembimbing II

Mengetahui,



Seprini, SE.,MM
Ketua Program Studi

Surat Pernyataan Sumber Tulisan Artikel Ilmiah

Saya yang menandatangani surat pernyataan ini:

Nama : DASMIATI

Nim : 1225063

- 1) Menyatakan bahwa Artikel Ilmiah yang saya tulis benar bersumber dari kegiatan penelitian/perencanaan yang telah dilakukan sendiri oleh penulis bukan oleh pihak lain.
- 2) Naskah ini belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dalam bentuk prosiding maupun jurnal sebelumnya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun juga untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pasir Pengaraian, 13 Januari 2016

Yang Membuat Pernyataan,



Dasmiati
NIM: 1225063

Pembimbing I

Seprini, SE., MM
NIDN: 102 509 7804

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Seprini, SE., MM
NIDN: 102 509 7804

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PADA SEPEDA MOTOR SUZUKI DI PT. RIAU JAYA CEMERLANG UJUNGBATU KABUPATEN ROKANHULU

Dasmiati¹), Seprini²), Welven Aida)
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian
[1Dasmiatiamy@gmail.com](mailto:Dasmiatiamy@gmail.com) ; [2Seprinimyd@gmail.com](mailto:Seprinimyd@gmail.com)

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui kepuasan konsumen sepeda motor Suzuki di PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu kabupaten Rokanhulu (2) Untuk mengetahui loyalitas konsumen pada sepeda motor Suzuki di PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu kabupaten Rokanhulu (3) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pada sepeda motor Suzuki di PT. Riau Jaya Cemerlang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepuasan pelanggan (X) dan loyalitas pelanggan (Y). Metode yang digunakan untuk menganalisis data penelitian adalah analisis deskriptif dan analisis regresi sederhana. Data-data yang diolah dengan menggunakan SPSS *windows* versi 18 menghasilkan persamaan regresi $Y = 5,486 + 0,342X$. Dari penelitian ini diperoleh nilai adjusted R^2 sebesar 0,496, hal ini berarti 49,60% kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pada sepeda motor Suzuki di PT. Riau Jaya cemerlang Ujungbatu kabupaten Rokanhulu dan sisanya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat Pengaruh Kepuasan konsumen terhadap loyalitas pada sepeda motor Suzuki di PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu kabupaten Rokanhulu.

Kata Kunci : *Kepuasan dan Loyalitas*

s

Abstract

The purpose of this study were (1) To determine customer satisfaction Suzuki motorcycle at PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu Rokanhulu districts (2) To determine customer loyalty on a motorcycle Suzuki PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu Rokanhulu district (3) To determine the effect of customer satisfaction on loyalty to the Suzuki motorcycle at PT. Riau Jaya Cemerlang. Variables used in this research is customer satisfaction (X) and customer loyalty (Y). The method used to analyze the research data is descriptive analysis and simple regression analysis. The data were processed using SPSS *windows* version 18 generate the regression equation $Y = 5.486 + 0,342X$. From this research, the adjusted R^2 value of 0.496, this means 49.60% customer satisfaction effect on loyalty to the Suzuki motorcycle at PT. Riau Jaya district Ujungbatu Rokanhulu brilliantly and the rest is contributed by other variables not examined. The conclusion from this study is there Effect of consumer satisfaction to loyalty to the Suzuki motorcycle at PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu Rokanhulu district.

Keywords: *Satisfaction and Loyalty*

PENDAHULUAN

Latar belakang

Dunia bisnis saat ini semakin ketat persaingannya. Hal ini membuat para pelaku usaha haruslah memiliki faktor-faktor yang dapat dijadikan sebagai senjata tangguh suatu perusahaan didalam memenangkan persaingan dengan para pesaingnya didunia bisnis. Kondisi seperti itulah yang pada akhirnya menyebabkan pelaku bisnis tersebut semakin gencar mencari solusi agar dapat meningkatkan daya saingnya dengan perusahaan lain. Namun demikian meskipun perusahaan telah bersaing dan berusaha memberikan yang terbaik kepada konsumennya belum tentu dapat mencapai tujuan perusahaannya dengan baik. Karena setiap konsumen memiliki selera, persepsi dan kemauan yang berbeda-beda.

Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang ini, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama, pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani. Namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat *win-win situation* yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan. Perusahaan yang berpusat pada pelanggan akan berusaha menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sarana pemasaran. Perusahaan yang berhasil tentunya akan memuaskan pelanggannya. Konsumen yang loyal merupakan kunci sukses suatu bisnis atau usaha.

Seiring dengan perkembangan zaman, sepeda motor menjadi kebutuhan yang modern dan PT. Riau Jaya Cemerlang adalah perusahaan yang bergerak didalam jual beli sepeda motor Suzuki dengan berbagai macam jenis dan tipe. Meskipun dealer sepeda motor di Indonesia berkembang begitu pesat, PT. Riau Jaya Cemerlang tetap tegar didalam

menjalankan bisnisnya. Hal ini terbukti hingga saat ini PT. Riau Jaya Cemerlang ini tetap berdiri dan tidak mau kalah dengan dealer-dealer lainnya. PT. Riau Jaya Cemerlang merupakan salah satu dealer sepeda motor yang bertempat di Ujungbatu, kabupaten Rokan Hulu yang menjual sepeda motor merk Suzuki. Selain menjual sepeda motor, PT. Riau Jaya Cemerlang juga memberikan layanan jasa servis sepeda motor.

Berikut ini adalah tabel penjualan Sepeda motor Suzuki di PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu kabupaten Rokan Hulu :

Tabel 1 Penjualan Sepeda motor Suzuki tahun 2010-2014

No	Tahun	Target Penjualan (dalam unit)	Realisasi Penjualan (dalam unit)
1	2010	980	810
2	2011	980	801
3	2012	979	781
4	2013	916	473
5	2014	435	238

Sumber Data : PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu tahun 2010-2014

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan sepeda motor setiap tahunnya selalu menurun seperti dapat dilihat pada 2010 jumlah penjualan 810 pada tahun 2011 turun menjadi 801 unit, tahun 2012 jumlah penjualan adalah 781 unit kemudian pada tahun 2013 menurun sebesar 473 unit dan pada tahun 2014 menurun lagi sebesar 238 unit. Selain itu penjualan tidak pernah mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan rendahnya loyalitas konsumen terhadap sepeda motor Suzuki. Rendahnya loyalitas konsumen sepeda motor Suzuki diduga karena adanya masalah kepuasan konsumen. Hal ini dapat saya lihat berdasarkan pengamatan prapenelitian, adanya fenomena kepuasan konsumen sebagai berikut:

1. Suku cadang sulit didapatkan
2. Bahan bakarnya kurang irit

3. Harga penjualan sepeda motor bekas (second) sepeda motor Suzuki sangat rendah
4. Layanan para karyawan kurang maksimal.

Oleh karena itu, penulis tertarik memilih judul skripsi yaitu “**Pengaruh kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pada Sepeda Motor Suzuki di PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu Kabupaten Rokan Hulu**”.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : Untuk mengetahui kepuasan konsumen sepeda motor Suzuki di PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu kabupaten Rokan Hulu, Untuk mengetahui loyalitas konsumen pada sepeda motor Suzuki di PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu kabupaten Rokan Hulu, Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pada sepeda motor Suzuki di PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu Kabupaten Rokan Hulu.

oOo

LANDASAN TEORI

Pengertian Kepuasan Konsumen

Sangadji dan Sopiah (2013:45), kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap produk yang riil/actual dengan kinerja produk yang diharapkan.

Menurut Kotler (2009:13) Kepuasan (*satisfaction*) konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka

Indikator Kepuasan Konsumen

Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur (Gavin dalam Lovelock; Peppard dan Rowland) dalam Tjiptono, Fandy (2008:25) antara lain

meliputi: (1) *Performance*, yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti (core produk) yang dibeli (2) *Features*, yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap (3) *Conformance to specification*, yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya (4) *Reliability*, yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai (5) *Durability*, yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan suatu produk (6) *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan reparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan. (7) *Aesthetics*, yaitu daya tarik produk terhadap panca indra (8) *Perceived quality*, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

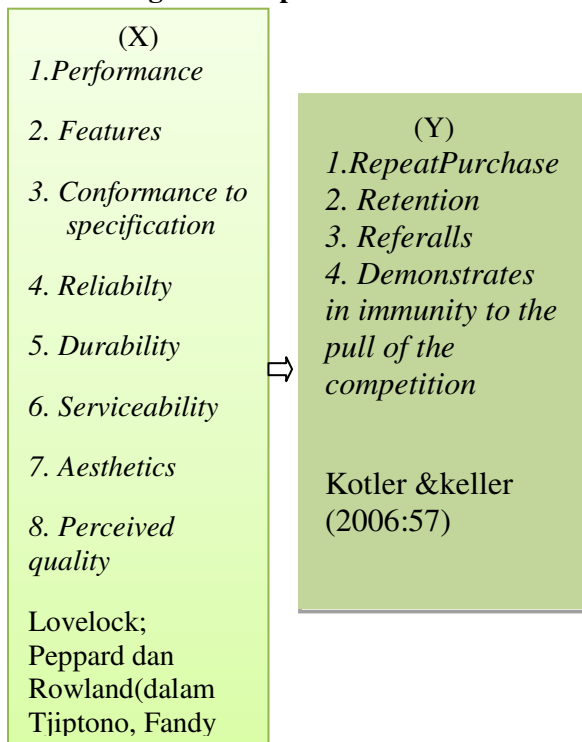
Pengertian Loyalitas

Fandy Tjiptono (2007:387) mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko dan pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang positif.

Indikator Loyalitas Konsumen

Indikator dari loyalitas pelanggan menurut Kotler & Keller (2006 ; 57) adalah (1) *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk) (2) *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan) (3) *Referalls* (merefereasikan secara total esistensi perusahaan). (4) *Demonstrates in immunity to the pull of the competition* (menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing/ tidak mudah terbujuk oleh bujukan pesaing).

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

oOo

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode survei. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen sepeda motor Suzuki periode tahun 2014. Untuk menentukan jumlah sampel yang dianggap memenuhi syarat digunakan rumus Slovin dan diperoleh sampel sebanyak 70 konsumen.

Jenis Data :

- a. Data Kualitatif, yaitu data yang berbentuk kata, kalimat yang diperoleh berupa informasi penelitian melalui kegiatan wawancara dengan responden penelitian terpilih.
- b. Data Kuantitatif, yaitu data-data berbentuk angka yang diperoleh melalui penyebaran angket penelitian terhadap responden penelitian terpilih.

Sumber Data:

- a. Data primer, yaitu data yang penulis peroleh dari hasil penelitian langsung

dari tanggapan responden melalui kuisisioner yang diberikan kepada karyawan mengenai pengaruh *intellegensi* terhadap kinerja serta lain-lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Biasanya sudah dalam bentuk publikasi seperti data yang diperoleh dari situasi-situasi internet dan data lainnya yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti

Teknik Pengambilan Data:

1. Observasi
2. Kuesioner
3. Dokumentasi

Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Menurut Arikunto (2013:211) Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesalihan suatu alat ukur.

Cara menguji validitas adalah dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing pertanyaan dan skor total, dengan menggunakan rumus teknik korelasi produk momen, seperti yang dinyatakan Riduwan (2012:98) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot (\sum xy) - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Dimana:

- r_{xy} : Koefisien produk momen
- n : Jumlah responden atau sampel
- x : Jumlah jawaban variabel X
- y : Jumlah jawaban variabel Y

Uji Reliabilitas

Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas (r_{xx}) yang angkanya berada dalam rentang dari 0 samapi dengan 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas yang semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendah releabilitasnya. Arikunto (2013:239).

Teknik Analisa Data

Analisis Deskriptif

Mengambarkan masing-masing variable secara mandiri tentang Kepuasan konsumen (X) terhadap Loyalitas (Y).

Analisis Kuantitatif

(a) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

oOo

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas.

Tabel 3 Hasil uji validitas Kepuasan Konsumen

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pertanyaan 1	0.279	0.235	Valid
Pertanyaan 2	0.250	0.235	Valid
Pertanyaan 3	0.382	0.235	Valid
Pertanyaan 4	0.375	0.235	Valid
Pertanyaan 5	0.389	0.235	Valid
Pertanyaan 6	0.371	0.235	Valid
Pertanyaan 7	0.296	0.235	Valid
Pertanyaan 8	0.416	0.235	Valid
Pertanyaan 9	0.240	0.235	Valid
Pertanyaan 10	0.400	0.235	Valid
Pertanyaan 11	0.388	0.235	Valid
Pertanyaan 12	0.292	0.235	Valid
Pertanyaan 13	0.304	0.235	Valid
Pertanyaan 14	0.282	0.235	Valid
Pertanyaan 15	0.240	0.235	Valid
Pertanyaan 16	0.238	0.235	Valid

Sumber : Data diolah 2015

Tabel 4 Hasil uji validitas Loyalitas Konsumen

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0.320	0.235	Valid
Pernyataan 2	0.236	0.235	Valid
Pernyataan 3	0.320	0.235	Valid
Pernyataan 4	0.242	0.235	Valid
Pernyataan 5	0.408	0.235	Valid
Pernyataan 6	0.366	0.235	Valid
Pernyataan 7	0.306	0.235	Valid
Pernyataan 8	0.302	0.235	Valid

Sumber : Data diolah 2015

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 5 hasil uji reliabilitas

Variabel	α cronbach	Nilai Alpha	Keterangan
Kepuasan (X)	0,60	0.698	Reliabel
Loyalitas (Y)	0,60	0.779	Reliabel

Sumber : Data diolah 2015

Deskripsi Kepuasan Konsumen (X)

Hasil distribusi frekuensi kepuasan konsumen dengan skor rata-rata mean dan TCR, dari indikator *Performance, Feature, Conformance to specification, Reliability, Durability, Serviceability, Aesthetics* nilai rata-ratanya adalah 67 yaitutermasukdalam kategori cukup baik.

Hasil distribusi Loyalitas Konsumen dengan skor rata-rata mean dan TCR, untuk indikator *Repeat Purchase, Retention, Referalls dan Demonstrates to the pull competition* kriteria jawaban TCR berkisar 65%-79% berkategori cukup baik.

Uji Asumsi

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas

		Kepuasan	Loyalitas
N		70	70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	38.84	66.12
	Std. Deviation	3.859	5.310
	Absolute Difference	.163	.184
Most Extreme Differences	Positive	.163	.184
	Negative	-.105	-.131
Kolmogorov-Smirnov Z		.817	.918
Asymp. Sig. (2-tailed)		.516	.369

Distribusi variabel Kepuasan konsumen dan Loyalitas berdistribusi normal karena lebih dari $\alpha = 0,05$

Persamaan Regresi Linear Sederhana

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linear sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 Constant	5,486	1.733		3.804	.001
X	.342	.102	.291	3.586	.002

a. Dependent Variable : Y
 Persamaan linear dari hasil regresi yang didapat adalah : $Y = 5.486 + 0,342X$

Artinya tanpa ada pengaruh kepuasan nilai skala loyalitas sebesar 5.486 setiap peningkatan sebesar 1 satuan kepuasan akan meningkatkan 0,342 loyalitas.

Koefisien Korelasi

Tabel 8 Koefisien Korelasi

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.704
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	70	70
Y	Pearson Correlation	.704	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	70	70

Koefisien korelasi simultan adalah 0,704. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara semua variabel bebas dengan variabel terikat adalah kuat.

Koefisien Determinasi

Tabel 9 Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.704 ^a	.496	.480	4.344

koefisien determinasi adalah sebesar $(0,704)^2 \times 100\% = 70,40\%$. Nilai ini menunjukkan bahwa kontribusi semua variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan adalah sebesar 70,40%.

Uji T-tes

Tabel 10 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 Constant	5.486	8.967		3.165	.001
X	.342	.230	.291	3.359	.002

diperoleh uji T dari variabel X sebagai berikut : $X(\text{kepuasan}) T_{\text{hitung}} = 3,359$, dimana $3,359 > 1,659$, maka variabel kepuasan berpengaruh

signifikan dan positif terhadap variabel loyalitas konsumen.

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang disebarakan melalui kuesioner mayoritas responden merupakan responden laki-laki yaitu sebanyak 56 (80%) responden. Sedangkan sisanya sebanyak 14 (20%) responden merupakan responden perempuan, sehingga dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang mengisi kuisisioner merupakan responden dengan jenis kelamin laki-laki. Responden yang membeli sepeda motor Suzuki pada PT. Riau Jaya Cemerlang diketahui bahwa komposisi responden berusia antara 20-30 tahun paling dominan dalam penelitian ini dengan komposisi sebesar 42,85%. Sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berpendidikan SMA yaitu sebesar 46 orang atau 65,71%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendidikan pemakai sepeda motor Suzuki yaitu berpendidikan SMA.

Hasil Tingkat Capaian Responden (TCR) kepuasan dengan skor rata-rata untuk variabel kepuasan (X) yang terdiri dari delapan indikator dengan enam belas pertanyaan, yaitu indikator *Performance, Features, Conformance to specification, Reliability, Durability, Serviceability, Aesthetics, Perceived quality* rata-ratanya adalah 67,0025 yang artinya kepuasan berada dalam kategori cukup baik.

Untuk Tingkat Capaian Responden (TCR) variabel loyalitas di setiap indikator berada di antara berkisar 65%-79% artinya loyalitas berada dalam kategori cukup baik. Indikator dari *Repeat Purchase, Retention, Referalls, Demonstrates to the pull competition* dengan rata-rata TCR 76.

Dari hasil output SPSS versi 18 didapat *koefisien korelasi* dan *koefisien determinasi* kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas sepeda motor Suzuki pada PT. Riau Jaya Cemerlang cemerlang dengan analisis regresi linear sederhana nilai kepuasan $Y = 5.486 + 0,342X$. Artinya tanpa ada pengaruh kepuasan nilai skala loyalitas sebesar 5.486 setiap peningkatan sebesar 1 satuan kepuasan akan meningkatkan 0,342 loyalitas $a = 5,486$ menunjukkan bahwa jika X atau kepuasan konstan atau $X = 0$, maka loyalitas sebesar 5,486.

Berdasarkan hasil penelitian terbukti bahwa kepuasan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil tersebut dapat dilihat pada hasil uji t sehingga dapat diartikan bahwa kepuasan pembelian konsumen akan meningkatkan loyalitas ditingkatkan. Uji partial (uji t) digunakan untuk menguji apakah variabel independent yaitu Kepuasan (X) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependent yaitu Loyalitas (Y). diperoleh dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan program SPSS versi 18 maka diperoleh uji T dari variabel X sebagai berikut : X (kepuasan) T hitung = 3,359, dimana $3,359 > 1,659$, maka variabel kepuasan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel loyalitas konsumen.

Dari hasil pengolahan data komputerisasi dengan menggunakan program SPSS versi 18 dapat nilai $R = 0,704$, artinya hubungan positif dan kuat antara variabel kepuasan dengan loyalitas dengan persentase 70,40% sisanya 20,60% dipengaruhi variabel lain. Dari hasil tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) = 0,496. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 49,60% loyalitas dapat dijelaskan oleh variabel

kepuasan, sedangkan sisanya (100% - 49,60% = 50,40%) dijelaskan faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Semakin ketatnya persaingan diantara perusahaan industri otomotif, membuat pelaku industri otomotif harus lebih cermat lagi dalam mengamati perkembangan pasar dan menerapkan strategi-strategi pemasaran yang jitu agar *market share* yang telah diraih tidak direbut oleh pesaing-pesaing lama ataupun pesaing yang baru. Tidak terkecuali Suzuki yang merupakan salah satu perusahaan industri otomotif, dapat membentuk komponen keunggulan bersaing yang kuat agar dapat membedakannya dari pesaing. Salah satu komponen keunggulan bersaing tersebut dapat dibentuk melalui kepuasan, semakinpuaskonsumenmakaakansemakin loyal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada responden PT. Riau Jaya Cemerlang ini, sesuai dengan rumusan masalah maka dapat disimpulkan beberapa kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Kepuasan dari konsumen sepeda motor Suzuki di PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu Kabupaten Rokan Hulu berada pada kategori berkisar 65%-79% dengan nilai rata-rata TCR 67 artinya berada di kategori cukup baik.
2. Loyalitas konsumen sepeda motor Suzuki di PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu Kabupaten Rokan Hulu berada pada kategori berkisar 65%-79% dengan nilai rata-rata TCR 76 artinya loyalitas berada dalam kategori cukup baik.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada sepeda motor Suzuki di PT. Riau Jaya Cemerlang Ujungbatu Kabupaten Rokan Hulu. Pengaruhnya adalah sebesar 46,5% sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka saran dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Perusahaan hendaknya lebih memperhatikan kepuasan konsumen demi meningkatkan loyalitas konsumennya.
 - b. Perusahaan hendaknya tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas agar konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga konsumen akan loyal terhadap produk dan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal dan memuaskan. Setiap Konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda karena bukan tidak mungkin konsumen akan merasa bosan dengan jenis dan model yang telah ada. Oleh karena itu dibutuhkan tim kreatif yang handal untuk membuat sepeda motor Suzuki lebih menarik bagi konsumen.
1. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Diharapkan peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel lain yang juga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
 - b. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan teknik analisa yang beragam, sehingga hasil penelitian dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan berbagai kalangan.

oOo

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta
- Gasperzs, Vincent. 2011. *Total Quality Management: Untuk Praktisi Industri*. Bogor: Vinchristino Publication
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan Kesetiaan Pelanggan edisi revisi terbaru*. Jakarta: Erlangga
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: Medpress
- Husen, Umar. 2004. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip dan Keller, Kevinlane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Lovelock, C and Wirtz, J. 2011. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi: Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Orville. 2005. *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Sangadji Dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Publisher
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Susilo. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta; CV. Andi Offset
- Tjiptono, F dan Chandra, G. 2010. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Sibagariang dkk. 2010. *Buku Saku Metodologi Penelitian*. Jakarta: Trans Info Media
- Suharsimi, Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta