

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN (Survei Pada Pelanggan Bengkel AHASS 0347 Batu)

Hudin Ris Nur Amin  
Edy Yulianto  
Yusri Abdillah  
Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Brawijaya  
Malang  
E-mail: Hudinris@yahoo.com

## **Abstract**

*This research aims to: investigate the influence of service quality on customers satisfaction, investigate the influence of service quality on customers loyalty, and investigate the influence of customers satisfaction on customers loyalty. The research type is explanatory research. Research population were customer at Workshop AHASS 0347 Batu that doing repair in there. Sample were 116 respondents that taken by using purposive sampling and data collection method in this research using questionnaire. Data analysis using descriptive analysis, and path analysis. The path analysis result shows that: service quality has influence on customers satisfaction with path coefficient ( $\beta$ ) is 0,565 and the level of significance is 0,000 ( $p < 0,05$ ); service quality has influence on customers loyalty with path coefficient ( $\beta$ ) is 0,394 and the level of significance is 0,000 ( $p < 0,05$ ); and customers satisfaction has influence on customers loyalty with path coefficient ( $\beta$ ) is 0,242 and the level of significance is 0,011 ( $p < 0,05$ ). Based on the results of this research, Workshop AHASS 0347 Batu is suggested to improve the service quality and also maintain a good relationship to customers so that the customers are satisfied with the service of the company with the goal of keeping customers loyal to the company.*

**Keywords:** *Service Quality, Customers Satisfaction, and Customers Loyalty.*

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan; Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan; dan Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan bengkel yang melakukan perbaikan sepeda motor di Bengkel AHASS 0347 Batu. Sampel sebanyak 116 orang responden yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*). Hasil analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan bahwa: Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,565 dan tingkat signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ); variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan dengan koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,394 dan tingkat signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ); kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan dengan koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,242 dan tingkat signifikansi 0,011 ( $p < 0,05$ ). Berdasarkan hasil penelitian ini sebaiknya pihak Bengkel AHASS 0347 Batu lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan juga menjaga hubungan baik kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan perusahaan dengan tujuan agar pelanggan loyal kepada perusahaan.

**Kata Kunci:** **Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.**

## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan perekonomian Indonesia saat ini tidak hanya didominasi oleh industri manufaktur saja, namun juga didorong oleh pertumbuhan pada sektor jasa. Dewasa ini usaha bisnis pada bidang jasa menunjukkan pertumbuhan yang signifikan,

dilihat dari munculnya berbagai macam usaha pada bidang jasa yang terus berkembang serta kemampuannya untuk menyerap tenaga kerja. Fakta tersebut menunjukkan bahwa sektor jasa memegang peranan penting pada perekonomian

Indonesia. Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat Lupiyoadi (2013: 2):

Sektor layanan atau jasa telah mengalami peningkatan yang signifikan jika dibandingkan dengan dekade sebelumnya. Hal ini terlihat dari kontribusi sektor jasa terhadap perekonomian dunia yang kini telah mendominasi sekitar dua pertiganya. Di Eropa, misalnya, sektor ini telah menyumbang 60% pendapatan domestik bruto (PDB), sedangkan di Indonesia telah mencapai hampir 30%-nya. Kontribusi ini dapat dilihat dari segi laba atau pendapatan atau kemampuannya menyerap sebagian pasokan (*supply*) tenaga kerja di Negara tersebut.

Salah satu tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Tujuan tersebut dapat dicapai apabila penjualan produk terus meningkat atau sudah mencapai target penjualan perusahaan secara berkala. Hal yang perlu dicermati yaitu produk, karena produk merupakan poin utama yang bisa membuat konsumen tertarik untuk terus mengkonsumsi barang secara berkesinambungan, dan pada perusahaan jasa, produknya adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Produk yang berkualitas dapat dibentuk dengan membangun pelayanan yang dapat memuaskan konsumen. Kualitas pelayanan yang dapat memuaskan konsumen merupakan suatu keharusan bagi perusahaan jasa untuk dapat beroperasi, berhubungan baik dengan konsumen dalam jangka panjang, serta dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Seiring perkembangan perusahaan, pelayanan tentu juga harus ditingkatkan. Kualitas pelayanan merupakan kesan utama yang diterima oleh konsumen, hal itu juga yang mempengaruhi kepuasan pada konsumen sehingga berkeinginan untuk menggunakan jasa pada perusahaan yang sama dikemudian hari. Pada situasi seperti ini perusahaan mendapatkan keuntungan lebih maksimal karena loyalitas pelanggan sudah terbentuk. Hubungan baik inilah yang harus terus dijaga oleh perusahaan untuk mempertahankan pelanggan.

Fakta yang terjadi adalah pelanggan yang mengkonsumsi dan menikmati pelayanan yang diberikan perusahaan, sehingga pelangganlah yang bisa menilai kualitas pelayanan. Hal ini berarti kualitas pelayanan yang baik bukan dilihat dari sudut pandang perusahaan, namun didasarkan pada sudut pandang pelanggan. Oleh karena itu perusahaan perlu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan sangat penting untuk

mengaplikasikan lima dimensi kualitas pelayanan yang dijadikan konsumen sebagai indikator dalam menilai apakah jasa yang diberikan perusahaan tersebut berkualitas atau tidak. Parasuraman, *et al.* (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006: 182) mengungkapkan kelima dimensi tersebut adalah “berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati”. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut harus ditunjukkan dan dibuktikan oleh perusahaan agar memberikan kesan kepada pelanggan pada saat memberikan pelayanan, karena dengan cara inilah kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dapat tercipta sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Bengkel AHASS 0347 Batu merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif yang memberikan jasa perawatan dan perbaikan serta penjualan suku cadang (Honda *Genuine Part*) kendaraan sepeda motor merek Honda. Bengkel AHASS 0347 Batu merupakan Bengkel AHASS pertama yang berdiri di Kota Batu yaitu pada tahun 1976, namun saat ini terdapat dua Bengkel AHASS lain dengan lokasi yang relatif berdekatan. Hal tersebut secara langsung dapat mempengaruhi jumlah pelanggan yang datang ke Bengkel AHASS 0347 Batu. Selain itu, beberapa permasalahan terkait dengan kualitas pelayanan diantaranya yaitu adanya fasilitas yang kurang memadai seperti kurangnya tempat bagi antrian sepeda motor yang akan diservis, kurangnya tempat duduk bagi pelanggan dan tidak berfungsinya alat pengalih asap kendaraan ke cerobong asap sehingga asap kendaraan memenuhi tempat kerja maupun ruang tunggu. Untuk itu perusahaan harus dapat mengantisipasi beberapa hal penting yang menjadi permasalahan yang ada untuk mengatasi kemungkinan terburuk. Berdasarkan permasalahan tersebut, Bengkel AHASS 0347 Batu harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas dan terbentuknya loyalitas pelanggan terutama pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan lama sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dan dapat bersaing dengan bengkel AHASS lainnya. Selain itu agar dapat mengetahui standard kualitas pelayanan yang diberikan Bengkel AHASS 0347 Batu kepada pelanggan sehingga penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Bengkel AHASS 0347 Batu.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan/jasa sering didefinisikan sebagai usaha perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian jasa dalam upaya untuk memenuhi harapan pelanggan. Lovelock (1988) dalam Tjiptono (2011: 331) menjelaskan “Kualitas jasa merupakan suatu tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

### Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman (1988) dalam Jasfar (2005: 51) menyebutkan ada lima dimensi pokok mengenai kualitas pelayanan jasa (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) untuk lebih jelasnya akan dijabarkan definisi kelima dimensi pokok kualitas pelayanan jasa, yaitu:

#### a. Bukti Fisik

Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa.

#### b. Keandalan

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.

#### c. Daya Tanggap

Kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.

#### d. Jaminan

Meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keraguan konsumen.

#### e. Empati

Meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

### Pengertian Kepuasan Pelanggan

Perusahaan-perusahaan saat ini memiliki persaingan yang semakin ketat sehingga mengharuskan perusahaan harus berorientasi pada kepuasan pelanggan. Faktor terpenting dalam menghadapi persaingan antar perusahaan yaitu dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Hill, *et al.* (1999) dalam Tjiptono (2008: 175)

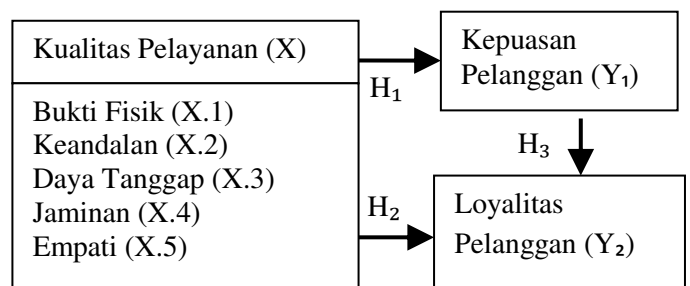
mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan “ukuran kinerja produk total sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan (*customer requirements*)”.

### Loyalitas Pelanggan

Kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya (Lovelock dan Wright, 2007: 133). Jadi, loyalitas merupakan suatu komitmen dari pelanggan untuk membeli barang atau jasa secara terus menerus pada suatu perusahaan.

### Hipotesis Penelitian

Model hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Model Hipotesis

Sumber: Data diolah

Berdasarkan model hipotesis tersebut, dapat dirumuskan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>2</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

H<sub>3</sub> : Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada Bengkel AHASS 0347 Batu yang terletak di Jl. Diponegoro No. 73 Kecamatan Batu Kota Batu. Variable yang diteliti adalah variable Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang untuk memperbaiki sepeda motor di

Bengkel AHASS 0347 Batu. Sampel dalam penelitian ini adalah 116 orang responden.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* (sampling tak acak) dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner.

### Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini adalah pedoman kuesioner yang berupa daftar pernyataan tertulis yang disusun secara terstruktur untuk diajukan kepada responden yaitu pelanggan Bengkel AHASS 0347 Batu

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Perhitungan validitas menggunakan rumus *product moment*. Sugiyono (1999) dalam Asnawi dan Masyhuri (2011: 169) menjelaskan:

Valid atau tidaknya suatu instrumen dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi  $r > 0,30$  maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid sebaliknya bila korelasi  $r < 0,30$  maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22 for Windows dengan menggunakan korelasi *product moment*. Hasil pengujian instrumen dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

**Tabel 1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	( r )	Standar $r_{hitung}$	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	X. <sub>1</sub>	0,617	0,3	Valid
	X. <sub>2</sub>	0,557	0,3	Valid
	X. <sub>3</sub>	0,524	0,3	Valid
	X. <sub>4</sub>	0,648	0,3	Valid
	X. <sub>5</sub>	0,656	0,3	Valid
	X. <sub>6</sub>	0,644	0,3	Valid
	X. <sub>7</sub>	0,574	0,3	Valid
	X. <sub>8</sub>	0,665	0,3	Valid
	X. <sub>9</sub>	0,688	0,3	Valid
	X. <sub>10</sub>	0,730	0,3	Valid
	X. <sub>11</sub>	0,748	0,3	Valid
	X. <sub>12</sub>	0,741	0,3	Valid
	X. <sub>13</sub>	0,707	0,3	Valid
	X. <sub>14</sub>	0,693	0,3	Valid
	X. <sub>15</sub>	0,735	0,3	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	Y <sub>1.1</sub>	0,726	0,3	Valid
	Y <sub>1.2</sub>	0,815	0,3	Valid
	Y <sub>1.3</sub>	0,738	0,3	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y <sub>2</sub> )	Y <sub>2.1</sub>	0,777	0,3	Valid
	Y <sub>2.2</sub>	0,691	0,3	Valid
	Y <sub>2.3</sub>	0,835	0,3	Valid

Sumber: Data diolah

Berdasarkan uji validitas pada tabel 1, semua *item* mempunyai nilai koefisien korelasi  $>0,3$  yang berarti semua *item* tersebut valid.

### Uji Reliabilitas

Asnawi dan Masyhuri (2011: 171) menjelaskan “reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan”. Untuk menguji reliabilitas instrumen menggunakan rumus *Alpha*

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha*  $>$  dari 60% (0,06) maka variabel tersebut dikatakan reliabel sebaliknya *cronbach's alpha*  $<$  dari 60% (0,06) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel. Berikut merupakan rekapitulasi hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 22 for Windows:

**Tabel 2 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,906	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	0,631	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y <sub>2</sub> )	0,642	Reliabel

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut, semua variabel mempunyai nilai  $>0,6$  yang berarti variabel tersebut reliabel.

### Metode Analisis Data

Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur. Analisis deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. (Nazir, 2003: 34). Analisis Jalur (*path analysis*) adalah “alat analisis statistik untuk menguji eksistensi variabel antara terhadap hubungan antara variabel X dan Y” (Burhan Bungin, 2008: 225).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian dari 116 responden terdapat 69% pelanggan berjenis kelamin laki-laki dan 31% pelanggan berjenis kelamin perempuan. Responden terbanyak adalah yang berusia antara 17-23 tahun. Kebanyakan dari responden berprofesi sebagai pekerja swasta. Kebanyakan dari responden mempunyai penghasilan per bulan sebesar Rp. 970.000 – Rp. 1.690.000. Pelanggan terbanyak dalam melakukan servis adalah sebanyak 2 - 3 kali

yang berjumlah 30 orang responden (25,9%). Responden terbanyak dalam melakukan servis adalah dengan alasan pelayanan memuaskan sebanyak 48 orang responden (41,4%).

### Hasil Analisis Path

Pengujian menggunakan analisis *path* variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3 Hasil Analisis Path Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan**

Variabel		Beta	R <sup>2</sup>	t <sub>hitung</sub>	P-value	Pengaruh
Eksogen	Endogen					
(X)	(Y <sub>1</sub> )	0,565	0,319	7,302	0,000	Signifikan
(X)	(Y <sub>2</sub> )	0,394	0,322	4,199	0,000	Signifikan
(Y <sub>1</sub> )	(Y <sub>2</sub> )	0,242	0,322	2,576	0,011	Signifikan

Sumber: Data diolah

### H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 3 menjelaskan hasil pengujian analisis jalur untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien beta sebesar 0,565, t<sub>hitung</sub> sebesar 7,302 dengan probabilitas sebesar 0.000 (<0,05). Hal ini berarti keputusan yang diambil H<sub>0</sub> ditolak, maka hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hasil uji ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

### H<sub>2</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan

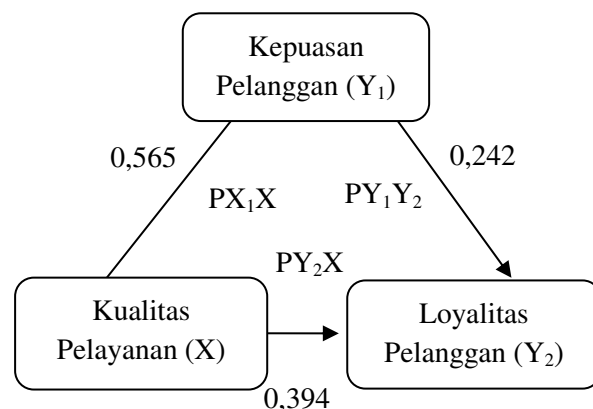
Tabel 3 menjelaskan hasil pengujian analisis jalur untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Koefisien beta sebesar 0,394, t<sub>hitung</sub> sebesar 4,199 dengan probabilitas sebesar 0.000 (<0,05). Hal ini berarti keputusan yang diambil H<sub>0</sub> ditolak, maka hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan diterima.

### H<sub>3</sub> : Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 3 menjelaskan hasil pengujian analisis jalur untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Koefisien beta sebesar 0,242, t<sub>hitung</sub> sebesar 2,576 dengan probabilitas sebesar 0.011 (<0,05). Hal ini berarti keputusan yang diambil H<sub>0</sub> ditolak, maka hipotesis yang menyatakan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan diterima.

### Diagram Hasil Analisis Jalur

Pada gambar 2 menyajikan hasil analisis jalur pada penelitian ini. Gambar 2 menunjukkan pengaruh dari masing-masing jalur yang dilewati ketiga variabel dalam penelitian ini, dapat dilihat sebagai berikut:



**Gambar 2 Diagram Hasil Analisis Jalur Variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan**

Sumber: Data diolah

### Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Pengaruh tidak langsung merupakan sebuah efek pengaruh dari variabel eksogen terhadap endogen namun melalui sebuah variabel lain. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan melalui persamaan berikut:

$$\begin{aligned}
 IE &= PY_1X \times PY_2Y_1 \\
 IE &= 0,565 \times 0,242 \\
 IE &= 0,1367
 \end{aligned}$$

Pengaruh tidak langsung dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan pelanggan memperoleh hasil sebesar 0,1367.

### Pengaruh Total (Total Effect)

Pengaruh total merupakan pengaruh keseluruhan dari semua jalur yang dilewati. Untuk mengetahui pengaruh total variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan, dapat diketahui pada persamaan berikut:

$$TE = (PY_1X \times PY_2Y_1) + PY_2X$$

$$TE = 0,1367 + 0,394$$

$$TE = 0,5307$$

Pengaruh total dari keseluruhan variabel sebesar 0,5307. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh total variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,5307. Keberadaan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel antara berpengaruh untuk memperkuat variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

### **Ketepatan Model**

Ketepatan model hipotesis dan data penelitian diukur dari hubungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) di kedua persamaan. Perhitungan ketepatan model adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} R^2_{\text{model}} &= 1 - (1 - R^2_1)(1 - R^2_2) \\ &= 1 - (1 - 0,329)(1 - 0,322) \\ &= 1 - (0,671)(0,678) \\ &= 1 - 0,453 \\ &= 0,547 \text{ atau } 54,7\% \end{aligned}$$

Hasil perhitungan ketepatan model sebesar 54,7%, hal ini menerangkan bahwa kontribusi model untuk menjelaskan hubungan ketiga variabel yang diteliti adalah sebesar 54,7% dan sisanya sebesar 45,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

### **Pembahasan Pengujian Hipotesis**

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil analisis jalur adalah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai koefisien ( $\beta$ ) sebesar 0,565 signifikan dengan probabilitas sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) dan koefisien determinasi sebesar 31,9%. Terdapat pengaruh signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 31,9%, sedangkan 68,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan timbul karena adanya kualitas pelayanan yang baik (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Bengkel AHASS 0347 Batu mampu memuaskan konsumen dengan memberikan pelayanan sesuai harapan. Kemampuan perusahaan dalam memuaskan konsumen tidak terlepas dari kinerja karyawan Bengkel AHASS 0347 Batu. Karyawan, desain bengkel, fasilitas dan peralatan pada Bengkel AHASS 0347 Batu telah memenuhi standar

AHASS. Untuk mekanik bengkel AHASS 0347 Batu tidak hanya memenuhi standar tetapi juga berprestasi. Beberapa penghargaan berhasil dicapai hampir setiap tahun pada berbagai kategori yang diselenggarakan pada tingkat Wilayah, provinsi, maupun Nasional. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2007: 54), "kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pengguna jasa, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pengguna jasa untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan".

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil analisis jalur adalah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai koefisien ( $\beta$ ) sebesar 0,394 signifikan dengan probabilitas sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) dan koefisien determinasi sebesar 32,2%. Terdapat pengaruh signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan dengan kontribusi sebesar 32,2%, sedangkan 67,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu faktor penting pada terciptanya pembelian ulang dan loyalitas. Berdasarkan tabel 13, kualitas pelayanan, pelanggan bengkel menilai bahwa Bengkel AHASS 0347 Batu telah memberikan pelayanan yang berkualitas, sehingga pelanggan tidak ragu untuk menggunakan jasa Bengkel AHASS 0347 Batu dikemudian hari. Kualitas. Hal tersebut juga sejalan dengan pendapat Schnaars dalam Hasan (2009: 67) "pelanggan yang puas akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan".

#### **Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil analisis jalur adalah terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai koefisien ( $\beta$ ) sebesar 0,242 signifikan dengan probabilitas sebesar 0,011 ( $p < 0,05$ ) dan koefisien determinasi sebesar 32,2%. Terdapat pengaruh signifikan pada variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan dengan kontribusi sebesar 32,2%, sedangkan 67,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2008:169) "kepuasan pelanggan juga berpotensi memberikan sejumlah manfaat spesifik, di

antaranya yaitu berdampak positif pada loyalitas pelanggan”, dan didukung juga oleh Boulding (1993) dalam Hasan (2009: 83) “terjadinya loyalitas merek pada konsumen itu disebabkan oleh adanya pengaruh kepuasan-keketidapuasan dengan merek tersebut yang terakumulasi secara terus menerus di samping adanya persepsi tentang kualitas produk”.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan Bengkel AHASS 0347 Batu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan *path analysis*, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,565 dan probabilitas sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ).
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan *path analysis*, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,394 dan probabilitas sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ).
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan *path analysis*, Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,242 dan probabilitas sebesar 0,011 ( $p < 0,05$ ).

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan tersebut, maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting untuk menjaga mutu perusahaan dan menghadapi persaingan. Oleh sebab itu, Bengkel AHASS 0347 Batu hendaknya senantiasa meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan sehingga pelanggan puas dengan pelayanan perusahaan dan kesetiaan pelanggan tetap terjaga.
2. Perusahaan hendaknya lebih peka dan memberikan perhatian khusus terhadap respon yang diberikan pelanggan, dengan tujuan agar pelanggan selalu memberikan saran tentang pelayanan yang diberikan Bengkel AHASS 0347 Batu agar dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi pihak bengkel sebagai upaya

untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar menjadi lebih baik.

3. Perusahaan hendaknya menjaga hubungan baik dengan pelanggan, dengan cara memberikan pelayanan lebih ramah dan meningkatkan kemampuan komunikasi karyawan.
4. Bengkel AHASS 0347 Batu hendaknya melakukan penelitian seperti ini secara berkala untuk dapat mengetahui dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.
5. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai acuan dan perbandingan bagi peneliti yang akan datang dengan menambahkan hal-hal lain yang terkait seperti variabel atau analisis data yang digunakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, Nur dan Masyhuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Bungin, Burhan. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hasan, Ali. (2009). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Jasfar, Farida. (2005). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ed. 3. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_ dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ed. 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Nazir, Moh. (2003). *Metode Penelitian*. Ed. 5. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- \_\_\_\_\_ (2008). *Service Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_ (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.