

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran

Untung Eko Setyasari¹, Salsabila², Rudi Kurniawan³

Program Studi Manajemen Pemasaran

Politeknik LP3I Kampus Kota Tasikmalaya

e-mail: untungeko@plb.ac.id, Salsabila20thr@gmail.com, rudikurniawan@plb.ac.id

Abstrak: Seiring bertambahnya jumlah pengguna sepeda motor di Indonesia, masyarakat tentu saja membutuhkan sarana prasarana untuk perawatan dan perbaikan kendaraannya. Melihat kemungkinan tersebut, usaha penyedia layanan servis atau bengkel dapat dijadikan peluang usaha yang menguntungkan bagi pemilik modal. Bertambahnya jumlah bengkel sepeda motor di Indonesia, baik bengkel resmi maupun milik perorangan membuat persaingan usaha bengkel saat ini semakin kompetitif sehingga pola persaingan terfokus pada perang strategi untuk menjadi bengkel pilihan utama pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) kualitas layanan; (2) loyalitas pelanggan; dan (3) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran. Berdasarkan jenis data yang diperoleh, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Metode survey dipilih untuk mengetahui keberadaan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 392 yang dipilih menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji t (parsial) menggunakan *software IBM SPSS Statistics 25*. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, AHASS.

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini, sarana transportasi sangatlah mempengaruhi kebutuhan masyarakat dalam menunjang kegiatan sehari-hari. Data dari Kepolisian Republik Indonesia menunjukkan bahwa sepeda motor adalah kendaraan yang paling banyak digunakan dan diminati oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan jumlah kendaraan bermotor dengan jenis sepeda motor yaitu: 100.200.245 pada tahun 2017; 106.657.952 pada tahun 2018; dan 133.617.012 pada tahun 2019. Banyak pekerjaan atau profesi yang membutuhkan sarana transportasi, khususnya sepeda motor. Bahkan memiliki sepeda motor dan dapat mengendarainya, seringkali menjadi syarat lowongan pekerjaan untuk profesi tertentu. Adapun beberapa profesi yang bergantung pada penggunaan sepeda motor, diantaranya tukang ojek, pedagang, kurir dan lainnya. Hal ini, terbukti dengan meningkatnya jumlah pengguna sepeda motor di Indonesia.

Disamping itu, bertambahnya jumlah pengguna sepeda motor, maka masyarakat membutuhkan sarana prasarana dalam hal perawatan dan perbaikan kendaraannya. Dengan demikian, kendaraan yang terawat, layak pakai, nyaman dan terjaga kualitasnya dapat meminimalisir terjadinya kerusakan bahkan menjadi penyebab kecelakaan. Melihat kemungkinan tersebut, maka sangat dibutuhkan keberadaan bengkel servis sepeda motor

dan usaha tersebut menjadikan peluang usaha yang menguntungkan bagi pemilik modal. Semakin banyaknya penyedia jasa layanan bengkel di Indonesia, baik bengkel resmi maupun milik perorangan, membuat persaingan usaha bengkel saat ini semakin kompetitif. Dengan demikian, pola persaingan penyedia jasa layanan bengkel terfokus pada perang strategi untuk menjadi bengkel pilihan utama pelanggannya. Pihak manajemen juga berupaya semaksimal mungkin untuk mendapatkan strategi yang tepat dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Adapun yang menjadi tujuan utama dari penentuan strategi pihak manajemen adalah kepuasan pelanggan supaya mereka dapat menjadi pelanggan yang setia.

Keberhasilan usaha pelayanan jasa akan tercapai bila penyedia layanan mampu menghadirkan kualitas pelayanan yang baik. Pelanggan yang merasa bahwa kebutuhannya terpenuhi serta kualitas pelayanan yang telah diberikan melebihi harapannya akan menimbulkan kepuasan dan berkeinginan untuk menggunakan kembali layanan di tempat yang sama.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis, pelanggan cenderung untuk menuntut kualitas layanan yang lebih baik. Dengan demikian, kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan. Berry dalam Rahayu (2019:21) mengemukakan alat strategi yang tepat dalam persaingan adalah kualitas pelayanan. Sehubungan dengan itu, kualitas pelayanan jasa berguna untuk keunggulan kompetitif dari perusahaan sehingga bisa bersaing dengan kompetitor dan membantu perusahaan tetap mempunyai pelanggan setia terhadap jasa yang ditawarkan.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan berkaitan dengan hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Loyalitas Pelanggan termasuk perilaku ketika pelanggan melakukan pembelian ulang suatu barang suatu brand atau menggunakan kembali jasa di tempat yang sama, dibandingkan dengan memilih pesaing sebagai gantinya. Oliver dalam Rahayu (2019:51) menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan adalah suatu bentuk komitmen bertahan secara mendalam untuk berlangganan. Loyalitas dapat dalam bentuk komitmen untuk membeli ulang suatu produk atau menggunakan layanan yang telah terpilih secara konsisten di masa yang akan datang serta tidak mudah pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran yang mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Penelitian Terdahulu

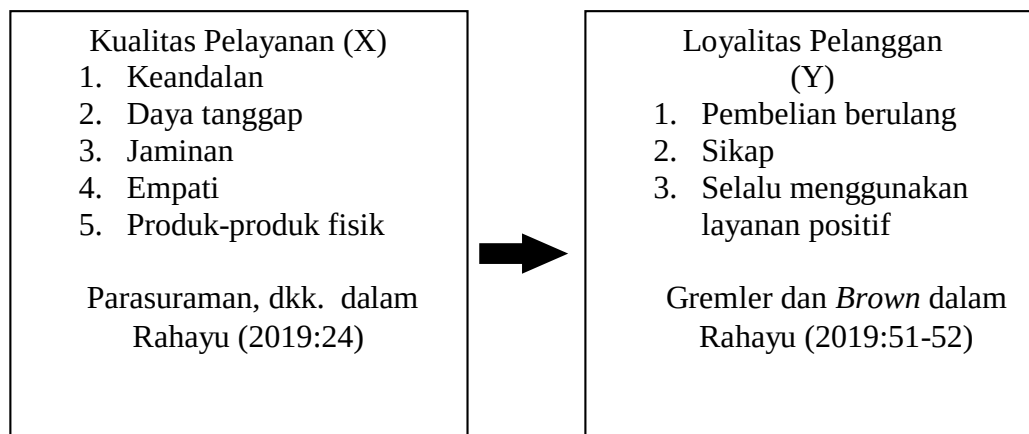
Penelitian ini mendapatkan ide dan pengetahuan dari penelitian terdahulu yang beragam. Adapun penelitian terdahulu mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan sebagai berikut:

- 1) Solichin, Kantun, & Suyadi (2017), dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Restaurant Quick Chicken Jalan Jawa No.63 Jember Tahun 2016* dan diterbitkan dalam Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial Vo. 11 No. 1, 2017 ISSN 1907-9990 | E-ISSN 2548-7175 juga melakukan penelitian kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan restoran *Quick Chicken Jalan Jawa No. 63 Jember tahun 2016*. Dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,833, artinya nilai tersebut

- menunjukkan bahwa hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dikategorikan memiliki hubungan yang sangat kuat.
- 2) Soleha, Djaja, & Widodo (2018), dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi* yang diterbitkan dalam Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial Vo.12 No. 1, 2018 ISSN 1907-9990 | E-ISSN 2548-7175. Hasil penelitian pembahasan, adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Sumberjaya Maha Sakti sebesar 79%, sedangkan sisanya yaitu 21% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini meliputi harga, potongan harga, lokasi, dan lain-lain.
 - 3) Martin & Yusuf (2020), dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Adidaya Digital Printing Bandung* yang diterbitkan dalam Jurnal Stieamkop Vo. 3 No. 1, Juni (2020) E-ISSN: 2614-851 juga melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Adidaya Digital Printing secara signifikan dan dapat dikatakan bahwa pengaruh ini termasuk ke dalam kriteria hubungan yang cukup kuat. Pada penelitian ini kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Adidaya Digital Printing sebesar 38,56% sedangkan sisanya 61,44% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hasil ini juga dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas serta pelayanan yang diberikan oleh PT Adidaya Digital Printing akan membuat pelanggan perusahaan loyal untuk kembali melakukan orderan ulang berupa jasa percetakan digital kepada PT Adidaya Digital Printing.
 - 4) Putri, Tumbel, Djemly (2021), dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Matahari Departement Store di Mantos 2* yang diterbitkan dalam Jurnal EMBA Vo. 9 No. 1, Januari (2021) ISSN 2303-1174 juga melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hasil penelitiannya secara parsial dari variabel X1 terhadap Y sebesar 0,000 yang berarti koefisien regresi X1 terhadap Y adalah signifikan yaitu kurang dari 5% ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan diterima atau terbukti. Berdasarkan hasil uji Hipotesis dan Analisis Regresi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pembelian produk di PT Matahari *Department Store* di Mantos 2.

Paradigma Penelitian

Berdasarkan uraian-uraian kajian teoritis yang telah dipaparkan di atas, maka paradigma penelitian dapat dirumuskan pada gambar di bawah ini:



Gambar 1 Paradigma Penelitian

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan paradigma penelitian pada gambar 1 di atas, dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran.
- H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran.

METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran yang berada di Jalan Raya Banjaran No.677, RT.04/RW.01, Kelurahan Batukarut, Kecamatan Arjasari, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40379.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Metode survey dipilih untuk mengetahui keberadaan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian survey dijelaskan oleh Sugiyono (2019:57) bahwa metode penelitian survey merupakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh data masa lampau atau saat ini mengenai keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, atau hubungan variabel untuk menguji hipotesis sosiologis atau psikologis dari sampel yang diambil dari suatu populasi menggunakan teknik pengumpulan data dengan pengamatan melalui wawancara atau kuesioner yang tidak mendalam dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:126). Populasi pada penelitian ini adalah jumlah unit entry Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran tahun 2021 sebanyak 18.712 pelanggan. Penentuan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2019: 137), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :
 n : Jumlah sampel yang diperlukan
 N : Jumlah populasi
 e² : Tingkat kesalahan sampel penelitian

Tingkat kesalahan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 5% atau 0,05, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak:

Diketahui:

$$n = \frac{18712}{1 + 18.712(0,05)^2}$$

$$n = \frac{18.712}{1 + 46,78}$$

$$n = \frac{18.712}{47,78} = 391,628$$

Berdasarkan perhitungan sampel di atas, maka diperoleh jumlah responden yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini sebanyak 391,628 responden dan penulis bulatkan menjadi 392 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *non probability sampling* yang dipakai adalah *accidental sampling* atau sampel insidental berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017:85).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019: 146). Skala dibuat dengan gradasi dari sangat setuju (skor = 5) sampai dengan sangat tidak setuju (skor = 1).

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

- Kuesioner, yang terdiri dari seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2019:199). Penelitian ini terdapat 24 pernyataan yang dibuat untuk kuesioner. Variabel bebas atau variabel X (Kualitas Pelayanan) terdiri dari 15 pernyataan, sedangkan variabel terikat atau variabel Y (Loyalitas Pelanggan) terdiri dari 6 pertanyaan;
- Observasi, merupakan suatu proses yang kompleks, tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting yakni proses pengamatan dan ingatan (Sutrisno Hadi dalam Sugiyono, 2019:203). Berdasarkan segi pelaksanaan pengumpulan data, observasi yang dilakukan penulis adalah *participant observation* (observasi berperan serta). Penulis terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang berada dalam pengamatan, melakukan apa yang dikerjakan sumber data, serta merasakan suka dukanya dalam observasi tersebut;
- Wawancara, memberikan pertanyaan secara langsung kepada responden atau narasumber;

- d. Studi Pustaka, yaitu kegiatan membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan objek penelitian

Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Siregar, 2016:162). Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Adapun teknik korelasi yang biasa digunakan adalah *Korelasi Product Moment*. Fungsinya untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap-tiap pertanyaan itu signifikan atau tidak. Rumusnya antara lain seperti di bawah ini: (Sugiyono, 2019:246)

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

n = jumlah sampel

$\sum x^2$ = jumlah dari kuadrat nilai x

$\sum y^2$ = jumlah dari kuadrat nilai y

$\sum xy$ = jumlah perkalian x dan y

$(\sum x)^2$ = jumlah nilai x lalu dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = jumlah nilai y lalu dikuadratkan

Syarat tersebut menurut Sugiyono (2019:181) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut: 1) jika koefisien korelasi $r \geq 0,30$ maka item tersebut dinyatakan valid; 2) jika koefisien korelasi $r < 0,30$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018:45). Penulis menggunakan rumus *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : reliabilitas instrument

k : banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varians butir

σ_t^2 : varians total

Jika variabel yang diteliti memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,60$, maka jawaban butir pertanyaan atau pertanyaan variabel dikatakan reliabel.

c. Regresi Linear Sederhana

Persamaan regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila variabel independen diubah (Sugiyono, 2019:188). Muhidin dan Abdurahman (2017:187) menjelaskan bahwa analisis regresi dipergunakan untuk mengamati pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna. Secara

umum, persamaan regresi sederhana dalam Sugiyono (2019:252) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :
 Y' : nilai yang diprediksikan
 a : konstanta atau bila harga $X = 0$
 b : koefisien regresi
 X : nilai variabel independen

d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen (X) terhadap variasi (naik/turunnya) variabel dependen (Y). Variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel X sebesar $R^2\%$ dan sisanya dijelaskan oleh variabel yang lain. Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :
 Kd : koefisien determinasi
 R^2 : koefisien korelasi

e. Uji-T (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen serta dapat digunakan untuk menentukan uji hipotesis setiap variabel (Priyastama, 2017:88). Dasar pengambilan keputusan dalam uji t yaitu menggunakan angka probabilitas signifikansi sebagai berikut: 1) jika angka probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak; 2) Jika angka probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Butir No	Dimensi	r_{hitung}	r_{kritis}	Keputusan
1	Keandalan (<i>Reliability</i>)	0,662	0,30	Valid
2		0,632	0,30	Valid
3		0,680	0,30	Valid
4	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	0,686	0,30	Valid
5		0,684	0,30	Valid
6		0,731	0,30	Valid
7	Jaminan (<i>Assurance</i>)	0,659	0,30	Valid
8		0,719	0,30	Valid
9		0,669	0,30	Valid
10	Empati (<i>Empathy</i>)	0,743	0,30	Valid
11		0,767	0,30	Valid
12		0,714	0,30	Valid
13	Produk-produk fisik (<i>Tangibles</i>)	0,681	0,30	Valid
14		0,668	0,30	Valid
15		0,690	0,30	Valid

Berdasarkan tabel di atas, nilai r_{hitung} instrumen kualitas pelayanan berkisar antara 0,632 – 0,767. Bila nilai r_{hitung} lebih besar daripada kriteria yang telah ditentukan yaitu

sekurang-kurangnya 0,30 dapat disimpulkan bahwa instrumen pengukuran kualitas pelayanan dapat dikatakan valid.

Tabel 2 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

Butir No	Dimensi	r_{hitung}	r_{kritis}	Keputusan
1	Pembelian Berulang	0,770	0,30	Valid
2		0,752		
3	Sikap Positif	0,728	0,30	Valid
4		0,783		
5	Selalu Menggunakan Layanan	0,762	0,30	Valid
6		0,830		

Berdasarkan tabel di atas, nilai r_{hitung} instrumen loyalitas pelanggan berkisar antara 0,728 – 0,830, Bila nilai r_{hitung} lebih besar daripada kriteria yang telah ditentukan yaitu sekurang-kurangnya 0,30 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pengukuran loyalitas pelanggan dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 3 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.912	15

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* adalah 0,912. Kriteria yang digunakan adalah sekurang-kurangnya nilai *Cronbach Alpha* 0,60 sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwa instrumen kualitas pelayanan (variabel X) adalah reliabel.

Tabel 4 Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.854	6

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* adalah 0,854. Kriteria yang digunakan adalah sekurang-kurangnya nilai *Cronbach Alpha* 0,60 sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwa instrumen loyalitas pelanggan (variabel Y) adalah reliabel.

c. Regresi Linear Sederhana

Tabel 5 Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.050	1.340		3.768

	Kualitas Pelayanan	.327	.019	.664	17.558	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Berdasarkan data pada tabel di atas, terlihat kolom B pada Constant (a) adalah 5,050, sedangkan nilai kualitas pelayanan (b) adalah 0,327 sehingga persamaan regresinya dapat diketahui sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,050 + 0,327X$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut: (1) Konstanta sebesar 5,050 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai kualitas pelayanan maka nilai Loyalitas Pelanggan sebesar 5,050; (2) Koefisien regresi X sebesar 0,327 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai kualitas pelayanan, maka loyalitas pelanggan bertambah sebesar 0,327.

d. Koefisien Determinasi

Tabel 6 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	.441	.440	1.720
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

R hitung diketahui sebesar 0,664 maka selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan menggunakan rumus koefisien determinasi yang dinyatakan dalam persentase, yaitu sebagai berikut:

$$KD = (0,664)^2 \times 100\%$$

$$= 0,440896 \times 100$$

$$= 44,08 \% \text{ dibulatkan menjadi } 44,1\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 44,1% terhadap loyalitas pelanggan Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran, sedangkan sisanya 55,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

e. Uji T (Parsial)

Tabel 7 Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.050	1.340		3.768
	Kualitas Pelayanan	.327	.019	.664	17.558
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan					

Hasil dari hasil *output* di atas dapat diketahui nilai t hitung = 17,558 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil tersebut menandakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

- Hasil dari hasil *output* uji- t (parsial) dapat diketahui nilai t hitung = 17,558 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan yang ditentukan sebesar 0,05. Nilai t hitung yang menunjukkan angka positif berarti jika Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran meningkatkan kualitas pelayanan (variabel X), maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat (variabel Y). Namun jika kualitas pelayanan (variabel X) Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran menurun, maka loyalitas pelanggan juga akan menurun (variabel Y).
- Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 44,1% terhadap loyalitas pelanggan Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran, sedangkan sisanya 55,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.
- Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran.

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dipaparkan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam penelitian ini. Sehubungan dengan itu, Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran perlu konsisten dalam meningkatkan serta menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Hal tersebut sangat penting dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan serta profit bagi Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran.
- Berdasarkan kesimpulan, diketahui bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 44,1% terhadap loyalitas pelanggan Bengkel AHASS Bintang Motor Banjaran, sedangkan sisanya 55,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis. Sehubungan dengan itu, maka diharapkan penelitian selanjutnya dapat dilakukan terhadap variabel lain yang belum diteliti oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Fatihudin, D. dan Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, F. dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Penulis.

- Muhidin, Sambas Ali, dan Maman Abdurahman. 2017. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rahayu, S. 2019. *Kepuasan & Loyalitas Pelanggan terhadap Obyek Wisata*. Palembang: CV Anugerah Jaya.
- Siregar, Sofyan. 2016. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Jurnal

- Imron, 1. 2019. *Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen*. (Jurnal IJSE-Indonesian Journal on Software Engineering Vo. 5 No. 1: Hlm. 22-23)
- Martin, D. dan Arif Yusuf Hamali. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Adidaya Digital Printing Bandung*. Jurnal Stieamkop Vo. 3 No. 1: Hlm. 45)
- Putri, Fifana Kusuma, dkk. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Matahari Departement Store di Mantos 2*. (Jurnal EMBA Vo. 9 No. 1: Hlm. 1436-1437)
- Soleha, L. dkk. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi*. (Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial Vo.12 No. 1: Hlm. 21)
- Solichin, Ilham Akbar, dkk. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayan terhadap Loyalitas Pelanggan Restaurant Quick Chicken Jalan Jawa No.63 Jember Tahun 2016*. (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial Vo. 11 No. 1, 2017: Hlm. 64)

Website

- Badan Pusat Statistik. *Data Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor*. Sumber:<https://www.bps.go.id/indicator/17/57/1/jumlah-kendaraan-bermotor.html> (diakses pada 29 Desember 2021 pukul 13.50).