

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, KEPERCAYAAN, DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi kasus pada Bengkel RENDIKA MOTOR'S)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Jurusan Manajemen

Peminatan :

MANAJEMEN PEMASARAN



Disusun Oleh :

RENDIKA YUDISTIRA

2021100030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & PSIKOLOGI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi kasus pada Bengkel RENDIKA MOTOR'S)**

Diajukan Oleh :

RENDIKA YUDISTIRA

2021100030

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan di hadapan Dewan penguji
Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi

Universitas Widya Dharma Klaten

Pada tanggal

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Anis Marjukah, SE, M.M
NIK. 690 994 143

Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc.
NIK. 690 208 290

Mengetahui
Ketua Prodi Manajemen

Dr. Hj. Anis Marjukah, SE, M.M
NIK. 690 994 143

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi kasus pada Bengkel RENDIKA MOTOR'S)**

Diajukan Oleh :

RENDIKA YUDISTIRA

2021100030

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten
dan diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana
Manajemen Program Studi Manajemen

Pada Tanggal.....2024

Penguji Utama

Penguji Pendamping

Dr. Anis Marjukah, S.E, MM

Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc.

NIK.690 994 143

NIK. 690 208 290

Ketua

Sekretaris

Dr. Arif Julianto SN. S.E.,M.Si.

Jarot Prasetyo, S.E., M.Si

NIK.690 301 250

NIK. 690 301 251

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi & Psikologi

Dr. Arif Julianto SN.S.E.,M.Si

NIK. 690 301 250

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Rendika Yudistira

NIM : 2021100030

Prodi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Psikologi

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **PENGARUH *SERVICE QUALITY*, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus pada Bengkel RENDIKA MOTOR'S)** adalah benar-benar asli karya tulis sendiri. Segala kutipan pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka bersedia menerima sanksi akademik dan bertanggung jawab sepenuhnya.

Klaten, 1 Mei 2024

Yang menyatakan

Rendika Yudistira
NIM. 2021100030

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”

(Qs Al Baqarah : 286)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Slamet Widodo dan Ibu Sri Wahyuni yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, cinta kasih tak terhingga dan mengajarkan penulis untuk menjadi manusia yang kuat dan selalu sabar, serta tiada hentinya selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis di setiap langkah.
2. Adik-adik ku Afiska Putri Dwiyana dan Alfino Rohman Widodo yang selalu memberi dukungan dan kasih sayang yang membuat penulis untuk selalu semangat dan optimis selama menjalani masa kuliah.
3. Arum Kusuma Putri seseorang istimewa yang selalu ada memberikan dukungan dan masukan untuk segala hal, terimakasih selalu meluangkan waktunya dan selalu ada.
4. Teman-teman “Grup senin kliwon” terimakasih banyak untuk bantuan dan kerjasamanya selama ini. Serta semua pihak yang sudah membantu selama penyelesaian tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan HidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Service Quality*, Kepercayaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Bengkel Rendika Motor’s)”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten. Penulis menyadari masih banyak sekali kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengharap saran dan kritik yang membangunkan dari para pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini :

1. Prof. Dr. H. Triyono, M.Pd selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Bapak Dr. H. Arif Julianto SN., S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Ibu Dr. Hj. Anis Marjukah, S.E. M.M selaku Ketua Prodi Manajemen dan selaku pembimbing pertama, yang dengan sabar membimbing penulis, dan banyak membantu serta memberikan ilmu kepada penulis selama belajar di Universitas Widya Dharma Klaten.
4. Bapak Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc. selaku pembimbing kedua, yang dengan sabar membimbing penulis, dan banyak membantu serta memberikan ilmu kepada penulis selama belajar di Universitas Widya Dharma Klaten.

5. Seluruh Dewan Penguji Skripsi yang telah memberikan masukan dan koreksi skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen di Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak – pihak yang berkepentingan.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Alasan Pemilihan Judul.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 TUJUAN PENELITIAN.....	7
1.6 MANFAAT PENELITIAN	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pemasaran.....	11
2.2 Pemasaran Jasa	13
2.3 Manajemen Pemasaran	14
2.4 <i>Service quality</i>	16
2.5 Kepercayaan.....	22
2.6 Kepuasan Pelanggan	25
2.7 Loyalitas Pelanggan	29
2.8 Penelitian Terdahulu	33
2.9 Kerangka Konseptual.....	40
2.10 Hipotesis.....	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Model Penelitian.....	42
3.2 Populasi dan Sampel.....	42
3.3 Sumber Data.....	44
3.4 Variabel Penelitian.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.6 Alat Analisis Data	47
3.7 Uji Instrumen Penelitian	47
3.7.1 Uji Validitas.....	47
3.7.2 Uji Reliabilitas	48
3.8 Analisis Data.....	49
3.8.1 Uji Normalitas	49
3.8.2 Analisis Regresi Berganda.....	50
3.8.3 Uji t.....	50
3.8.4 Uji F Tabel.....	51
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	53
4.2.1 Orientasi Tempat Penelitian.....	53
4.2.2 Sejarah Singkat Lokasi Penelitian.....	53
4.2.3 Profil Lokasi Penelitian	55
4.2 Analisis Deskriptif.....	55
4.2.1 Analisis Deskripsi Responden	55
4.2.2 Hasil Deskripsi Responden.....	60
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian	61
4.3 Uji Instrumen Penelitian	67
4.3.1 Uji Validitas	68
4.3.2 Uji Reliabelitas	69
4.4 Analisis Data.....	70
4.4.1 Uji Normalitas	70
4.4.2 Uji Regresi Linier Berganda	71
4.4.3 Uji t (Parsial)	73
4.4.4 Uji F (Simultan).....	75

4.4.5	Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	76
4.5	Pembahasan	77
4.5.1	Pengaruh <i>Service quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	77
4.5.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan	77
4.5.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	78
4.5.4	Penngaruh <i>Service quality</i> , Kepercayaan dan Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	78
BAB V	80
5.1	KESIMPULAN	80
5.2	SARAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan Pendapatan/Penghasilan	58
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan Domisili/Alamat	59
Tabel 4. 5 Deskripsi jawaban responden variabel <i>Service Quality</i>	61
Tabel 4. 6 Deskripsi jawaban responden variabel Kepercayaan	63
Tabel 4. 7 Deskripsi jawaban responden variabel Kepuasan Pelanggan	64
Tabel 4. 8 Deskripsi jawaban responden variabel Loyalitas Pelanggan	66
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	68
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4. 13 Hasil Uji t (Parsial).....	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan).....	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	76

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	91
LAMPIRAN 2.....	95
LAMPIRAN 3.....	96
LAMPIRAN 4.....	98
LAMPIRAN 5.....	99
LAMPIRAN 6.....	100
LAMPIRAN 7.....	101
LAMPIRAN 8.....	102
LAMPIRAN 9.....	103
LAMPIRAN 10.....	105
LAMPIRAN 11.....	107
LAMPIRAN 12.....	109
LAMPIRAN 13.....	111
LAMPIRAN 14.....	112
LAMPIRAN 15.....	112
LAMPIRAN 16.....	112
LAMPIRAN 17.....	113
LAMPIRAN 18.....	113
LAMPIRAN 19.....	114
LAMPIRAN 20.....	115
LAMPIRAN 21.....	116
LAMPIRAN 22.....	118

ABSTRAK

Nama : **RENIKA YUDISTIRA** Nim : 2021100030 Skripsi dengan Judul
“**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus pada
Bengkel **RENIKA MOTOR’S**) Fakultas Ekonomi dan Psikologi Program
Studi Manajemen, Universitas Widya Dharma Klaten.**

Dengan banyak bermunculannya bengkel yang tersebar disetiap tempat, baik yang bersifat resmi maupun tidak resmi maka akan meningkatkan intensitas persaingan untuk memperoleh pelanggan yang sebanyak banyaknya, setiap bengkel menawarkan keunggulan mutu pelayanan. Secara spesifik tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan adakah pengaruh *service quality*, kepercayaan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner, sampel yang digunakan sebanyak 96 orang dari seluruh pelanggan bengkel *renika motor’s*. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari *Service quality* (X1), kepercayaan (X2), Kepuasan pelanggan (X3) sebagai variabel independen dan Loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel dependen. Teknik analisis data menggunakan analisis uji normalitas, regresi linier berganda, uji t dan uji F.

Dari hasil analisis yang dilakukan peneliti dihasilkan nilai konstanta sebesar 8,032 yang berarti tanpa adanya variabel independen variabel loyalitas pelanggan bernilai 8,032, *Service quality* (b_1) = 0,521 berarti *service quality* mempengaruhi perilaku loyalitas pelanggan sebesar 0,521 satu satuan atau berpengaruh positif, Kepercayaan (b_2) = 0,197 Berarti variabel Kepercayaan mempengaruhi perilaku Loyalitas Pelanggan sebesar 0,197 satu satuan atau berpengaruh positif. Dan kepuasan pelanggan b_3 = -0,100 Berarti jika variabel Kepuasan Pelanggan terjadi kenaikan 1 satuan maka sebaliknya nilai variabel Loyalitas Pelanggan mengalami penurunan sebesar 0,100 atau tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Kata kunci : *Service quality*, Kepercayaan, Kepuasan pelanggan dan Loyalitas pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lingkungan bisnis saat ini mengharuskan perusahaan-perusahaan untuk tidak hanya memperhatikan faktor-faktor teknis dan finansial dalam menjalankan usahanya. Semakin banyaknya produsen motor yang ada di Indonesia, mengharuskan produsen harus semakin bersaing untuk bisa memenangkan hati pelanggan dan mendapat loyalitas dari pelanggannya. Apabila produsen memiliki pelanggan yang loyal maka aktivitas produksi maupun jasa akan lebih mendatangkan omset yang besar bagi perusahaan. (Rakhman1 et al., n.d. 2019)

Produsen kendaraan motor roda dua memiliki strategi masing-masing dalam menghadapi persaingan salah satunya dengan peningkatan pelayanan pada pelanggan baik layanan yang berupa layanan pra-jual, saat transaksi, dan purna jual. Dengan banyak bermunculannya bengkel yang tersebar disetiap tempat, baik yang bersifat resmi maupun tidak resmi maka akan meningkatkan intensitas persaingan untuk memperoleh pelanggan yang sebanyak banyaknya, setiap bengkel menawarkan keunggulan mutu pelayanan. Misalnya, menawarkan keunggulan harga yang terjangkau, tempat tunggu yang bersih dan nyaman, kualitas hasil servis yang baik hingga menawarkan garansi servis. (Rakhman1 et al., n.d. 2019)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Khakim et al., 2015) menyatakan bahwa kepercayaan dapat timbul apabila perusahaan memiliki

keahlian untuk melakukan suatu tugas dan dapat melakukannya secara baik kepada pihak lain. Oleh karena itu saat konsumen memiliki kepercayaan kepada sebuah produk atau jasa tertentu, maka konsumen memiliki niat untuk membeli produk atau jasa tersebut. (Rakhman1 et al., n.d.).

Menurut (Kotler, 2018) menyatakan *service quality* sebagai bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat kualitas layanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, jika pelayanan tersebut diterima atau dirasakan seperti yang diharapkan, kualitas pelayanan di persepsikan baik dan puas. Sedangkan Menurut Abdullah dan Tantri (2019), kualitas layanan adalah sekumpulan fitur dan karakteristik dari suatu barang atau produk atau layanan yang mempengaruhi kemampuan konsumen untuk memenuhi kebutuhan eksplisit atau tersirat.

Menurut Tjiptono & Chandra (2016) terdapat 2 faktor utama yang dapat mempengaruhi *Service quality* yaitu: jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan (*perceived service*). Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan, tetapi jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa sangat bergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam menyediakan jasa secara berkelanjutan.

Kepuasan para pemilik bisnis tidak lepas dari kepuasan para pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas maka hubungannya dengan pemilik usaha akan semakin baik pula. Perusahaan ataupun pemilik bisnis tidak bisa memaksakan kehendak agar pelanggan bisa puas karena para pelanggan memiliki persepsi

sendiri bagaimana mereka bisa terpuaskan. Terdapat berbagai definisi yang telah dikemukakan oleh berbagai peneliti tentang definisi kepuasan pelanggan salah satunya menurut Kotler & Keller (2016) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja produk dengan yang diharapkan. Sedangkan menurut Hasan (2014) kepuasan dan ketidakpuasan adalah evaluasi setelah pembelian, dimana alternatif yang dipilih setidaknya sama atau melebihi harapan pelanggan, dan ketidakpuasan terjadi ketika hasil tidak memenuhi harapan. Menurut Permana & Djatmiko (2018) kepuasan pelanggan merupakan ringkasan dari berbagai intensitas respon afektif yang berasal dari waktu dan durasi yang terbatas serta ditujukan bagi aspek penting dalam konsumsi suatu produk.

Menurut (Kotler dan Keller, 2018) menyatakan bahwa kepuasan adalah respon atau penilaian pelanggan yang timbul dengan hasil yang dirasakan terkait dengan produk atau jasa yang dibeli sesuai terhadap ekspektasi atau harapan. Dalam jurnal Shanka (2012), kepuasan pelanggan berkenaan dengan pengalaman layanan akan menuju pada tingkatan loyalitas yang lebih tinggi. Jadi ketika penjual mengetahui bagaimana memperlakukan pelanggan maka akan tercipta loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan adalah bagian penting yang harus dijaga oleh perusahaan untuk memastikan keberlangsungan perkembangan perusahaan serta dapat meningkatkan hubungan yang baik antara perusahaan penyedia jasa dengan para pelanggannya. Menurut (Kotler dan Keller, 2018), loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang sangat dipegang untuk membangun

kembali atau me-repatronisasi produk atau layanan di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan peralihan perilaku. Seperti yang diungkapkan oleh (Kotler dan Keller, 2018) pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut yaitu *Satisfaction, Repeat purchase, Word of mouth/ Buzz, Evangelism, dan Ownership.*

Bengkel Rendika Motor's merupakan salah satu bengkel di Klaten tepat di Jl. Deles km 19, Dukuh Banjarsari, Desa Bumiharjo, Kecamatan Kemalang, Kabupaten Klaten. Bengkel ini sudah beroperasi sejak tahun 2000, bengkel Rendika Motor's bukanlah bengkel resmi yang terikat dengan dealer, melainkan sebuah bengkel pribadi/perorangan. Bengkel ini menyediakan berbagai sparepart dan layanan perbaikan. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada bengkel Rendika Motor's. Berikut jumlah pelanggan dari tahun 2019-2023

No.	Tahun	Jumlah Pelanggan
1.	2019	240
2.	2020	200
3.	2021	150
4.	2022	250
5.	2023	282

Gambar 1.1 Data jumlah pengunjung Bengkel Rendika Motor's

Berdasarkan pada tabel diatas jumlah pelanggan terbanyak terjadi pada tahun 2023 sedangkan jumlah pelanggan pada tahun sebelumnya mengalami ketidak stabilan karena adanya dampak dari pandemi covid 19.

Sebagai acuan penulisan skripsi ini peneliti menggunakan jurnal karya (Kristina Dewi,dkk.) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan hasil t hitung sebesar $0,329 < 1,984$ dengan taraf sig $0,743$. Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan hasil t hitung sebesar $3,198 > 1,984$ dengan taraf sig $0,002$. Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan t hitung sebesar $4,621 > 1,984$ dengan taraf sig $0,000$. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan t hitung sebesar $1,224 < 1,984$ dan nilai sig sebesar $0,030$. Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan t hitung kepercayaan sebesar $6,359 > 1,984$ dengan nilai sig $0,000$.

Berdasarkan tabel data jumlah pengunjung terdapat beberapa keunggulan yang mempengaruhi jumlah pelanggan dari tahun ke tahun yaitu Bengkel Rendika Motor's termasuk bengkel onderdil paling lengkap di area Kemalang dari kebanyakan bengkel di sekitarnya, pelayanan yang ramah, pelayanan jasa servis motor yang bagus dan cepat karena karyawan yang mengerjakan cekatan dan professional, Bengkel Rendika Motor's juga memberikan garansi servis apabila motor rusak dalam jangka 1-3 hari, serta menyediakan beberapa fasilitas diantaranya : ruang tunggu, free *Wifi*, TV, Toilet, dan Minuman gratis yang bisa diambil sendiri.

Namun, Bengkel Rendika Motor's juga terdapat beberapa kekurangan seperti ruang tunggu yang kurang luas, kapasitas lahan parkir motor yang kurang memadai, tidak adanya fasilitas ibadah seperti Mushola, tidak menerima *cash on*

(hutang), belum menggunakan komputer barang keluar masuk stok dan pembayaran nota masih manual.

Berkaitan dengan latar belakang yang dikemukakan di atas penulis tertarik untuk mengkaji masalah tersebut dengan mengadakan penelitian lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH *SERVICE QUALITY*, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus pada Bengkel RENDIKA MOTOR’S)”**

1.2 Alasan Pemilihan Judul

Dalam pemilihan ini penulisan mempunyai alasan tertentu dalam pengambilan judul tersebut, adapun alasan sebagai berikut :

1.2.1 Alasan Subyektif

Alasan Subyektif adalah tempat yang di jadikan objek penelitian yaitu konsumen Bengkel RENDIKA MOTOR’S merupakan lokasi penelitian dimana lokasi tersebut banyak pengunjung setiap hari yang datang untuk servis motor sehingga dengan begitu bisa dijadikan pertimbangan dalam penelitian.

1.2.2 Alasan Obyektif

- a) Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan penulisan dalam menyelesaikan studi.
- b) Secara obyektif penulis ingin melakukan penelitian ini karena ada dorongan untuk memberikan kontribusi berupa pengetahuan ilmiah kepada mahasiswa maupun masyarakat.

1.3 Pembatasan Masalah

Mengingat begitu banyak permasalahan yang harus diatasi, agar penelitian ini dapat membahas lebih tuntas dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, perlu adanya pembatasan masalah. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, penelitian ini lebih memfokuskan **“Pengaruh *Service Quality*, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Rendika Motor’s)”**

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh *Service quality* terhadap Loyalitas Pelanggan ?
2. Apakah ada pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan ?
3. Apakah ada pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan ?
4. Apakah ada pengaruh *Service quality*, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan ?

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, peneliti bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan mengkaji suatu pendapat yang benar dan nyata pada objek yang diteliti. Namun secara spesifik tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan di bengkel Rendika Motor's.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Rendika Motor's
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk mengetahui adakah pengaruh *service quality*, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

1.6 MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi peneliti
 - a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai *service quality*, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
 - b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan dalam dunia bisnis.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh *service quality*, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Bagi ilmu pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang sebagai besar pengaruh *service quality*, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memahami isi dan uraian dari aktivitas penulisan dengan judul yang penulis maksud, maka perlu adanya sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Mencakup latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai kajian teori yang terdiri dari penjelasan beberapa variabel yaitu *Service quality*, Kepercayaan Kepuasan pelanggan dan Loyalitas pelanggan, adapun juga peneliti terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai penelitian, seperti model penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengambilan sampel dan teknik analisisnya.

BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Membahas tentang uji validitas dan reliabilitas, hasil jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan kuesioner analisa data dan uji hipotesa.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan saran.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *Service quality*, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada konsumen pengguna jasa layanan bengkel rendika motor's. Dari hasil dan analisis data serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

5.1.1 Berdasarkan nilai analisis Regresi Linier Berganda dihasilkan p

Persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 8,032 + 0,521 X_1 + 0,197 X_2 + (-0,100 X_3)$ dari persamaan nilai tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta 8,032 berarti apabila tanpa adanya variabel *Service Quality* (X_1), Kepercayaan (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (X_3) maka akan terjadi perilaku Loyalitas Pelanggan sebesar 8,032.
- 2) Nilai 0,521 berarti variabel *Service Quality* mempengaruhi perilaku Loyalitas Pelanggan sebesar 0,521 satu satuan atau berpengaruh positif yang artinya jika *Service Quality* (X_1) terjadi kenaikan sebesar 1 satuan maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,521 satuan.

- 3) Nilai 0,197 Berarti variabel Kepercayaan mempengaruhi perilaku Loyalitas Pelanggan sebesar 0,197 satu satuan atau berpengaruh positif yang artinya jika Kepercayaan (X2) terjadi kenaikan sebesar 1 satuan maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,197 satuan.
- 4) Nilai -0,100 Berarti jika variabel Kepuasan Pelanggan terjadi kenaikan 1 satuan maka sebaliknya nilai variabel Loyalitas Pelanggan (Y) mengalami penurunan sebesar 0,100 satuan. Karena hasil dari perhitungan variabel ini adalah -0,100

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi diatas dapat disimpulkan bahwa Variabel *Sales Promotion* dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan. Sedangkan Variabel Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh positif atau tidak signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan.

5.2.1 Dari hasil Uji t (parsial) dengan SPSS diperoleh nilai t_{hitung} untuk $X_1=6,794$, $X_2=2,737$, $X_3= -1,046$ dengan tingkat batas nilai signifikansi 0,05. Untuk X_1 t_{hitung} sebesar $6,794 > t_{tabel}$ sehingga hipotesis dapat diterima yang berarti terdapat pengaruh antara *Service quality* terhadap Loyalitas Pelanggan. Untuk X_2 nilai t_{hitung} sebesar $2,737 > t_{tabel}$ 1,662 sehingga hipotesis dapat diterima yang berarti terdapat pengaruh antara Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dan untuk X_3 t_{hitung} sebesar $< t_{tabel}$ 1,662 sehingga hipotesis tidak dapat diterima dan berarti tidak ada pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

5.3.1 Hasil perhitungan Uji F didapatkan hasil nilai F_{hitung} sebesar 25,573 dengan taraf signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 25,573 lebih besar dari F_{tabel} 2,70. Dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari signifikansi 0,05 atau 5%, maka dapat dinyatakan bahwa variabel *Service Quality*, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

5.4.1 Hasil perhitungan Koefisiensi Determinasi menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) yang diperoleh sebesar 0,437. Hal ini berarti 43,7% maka Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *service quality*, kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya yaitu 56,3% Loyalitas Pelanggan dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh *Service Quality*, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Peneliti dapat menyimpulkan beberapa saran dari hasil penelitiannya sebagai berikut :

1) Bagi Bengkel Rendika Motor's

Berdasarkan hasil perhitungan analisis kuantitatif pada penelitian ini diketahui bahwa faktor yang paling mempengaruhi perilaku loyalitas pelanggan adalah variabel *service quality* (kualitas pelayanan) dengan nilai koefisien regresi 6,794. Banyak konsumen Bengkel Rendika Motor's yang memperhatikan kualitas pelayanannya (*service quality*), oleh karena itu sebagai usaha yang

bergerak dibidang jasa diharapkan meningkatkan kualitas servis dengan maksimal agar pelanggan mendapatkan pelayanan yang melebihi harapannya sehingga pelanggan tidak hanya merasa puas namun juga menjadi loyal untuk menggunakan jasa di bengkel rendika motor's.

Diharapkan bengkel rendika motor's mempertahankan dan meningkatkan kualitas yang dimiliki oleh bengkelnya seperti mempertahankan atribut yang sudah menjadi keunggulan bengkel rendika motor's yakni mekanik yang profesional, hasil pengerjaan yang teliti dan memuaskan, pelayanan yang cepat, sparepart yang lengkap dan ruang tunggu yang nyaman bagi pelanggan. Serta bengkel rendika motor's harus lebih giat melakukan promosi agar dapat meningkatkan minat konsumen dan dapat dikenal lebih luas lagi.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi dapat diketahui bahwa pengaruh dari ketiga variabel yang digunakan untuk mengukur variabel Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Rendika Motor's yaitu sebesar 43,7% Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk mencari faktor-faktor lain karena masih ada 56,3% yang dapat menciptakan terjadinya perilaku Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Rendika Motor's. Melakukan penelitian dengan menambahkan variabel-

variabel lainnya dengan jumlah sampel lebih besar dapat menambah konsistensi hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2020). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. *Management Pemasaran*, 9(2), 26.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofyan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Chandra et al., 2021) Chandra, K., Management, P. B., Manajemen, P. S., Bisnis, F., Siwalankerto, J., Kunci, K., & Pelayanan, K. (2021). *PADA TOKO MEGA MART*. 9(2).
- Chandra, K., Management, P. B., Manajemen, P. S., Bisnis, F., Siwalankerto, J., Kunci, K., & Pelayanan, K. (2021). *PADA TOKO MEGA MART*. 9(2).
- Darwin, S., & Kunto, Y. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulifindonesia – Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–12
- Hasan, A. (2014). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Ida Sukmawati, J. D. . M. (2015). *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 MANADO sejak*

tahun 2007 telah berganti pemegang saham dan berubah nama menja. 3(3), 729–742.

Indrasari, M. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press. Surabaya

Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2015). Dasar-Dasar Pemasaran. Erlangga.

Kotler dan Keller. (2018). Marketing Management, 15th. Edition, Pearson Prentice Hall, Inc. New Jersey

Kotler, P. and G. Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Edition. Perason. Indonesia. _____. 2014. Principle Of Marketing, 15th Edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey.

Khakim, L., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Variabel Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima. *Journal of Management*, Vol 1 No. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/download/302/298>

Mindari, E. (2022). Pengaruh *Service quality*, Food Quality dan Perceived Sacrifice terhadap Behavioral Intention melalui Customer Experience Sebagai Mediasi pada Majestic Cafe Sekayu. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(1), 92. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i1.1825>

Mowen, Jhon dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Erlangga. Jakarta: Erlangga

- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 12–31. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.438>
- Priansa, D, J. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- Primayanti, Selvia. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen C&C Cupcake Bandung
- Rahmawati, Y. O., Kusniawati, A., & Setiawan, I. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi pada Konsumen Bahana Ciamis). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 1(4), 102–115.
- Rakhman1, A., Farida2, N., & Listyorini, & S. (n.d.) (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Studi Pada Pelanggan CV . AHASS Brahma Motor Email : arif.rakhman2203@yahoo.com*
Pendahuluan Lingkungan bisnis dewasa ini mengha.
- Ramadhan, Y., & Games, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Pangkas Rambut Densiko Bukittinggi. *Media Manajemen Jasa*, 11(1), 45–55. <https://doi.org/10.52447/mmj.v11i1.6968>

- Riduwan. (2015). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Rosita, D., Djunaedi, D., & Laely, N. (2021). Pengaruh {Kepercayaan}, {Fasilitas} {Dan} {Customer} {Relationship} {Management} ({Crm}) {Terhadap} {Kepuasan} {Mahasiswa} {Fakultas} {Ekonomi} {Angkatan} 2017 – 2019 {Universitas} {Kadiri}. *RISK : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 2(1), 131–157. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/risk/article/view/1803>
- Rubiyanto, R. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Surakarta: UMS.
- Shanka, M. S. (2012). Bank *Service quality*, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector. *Journal of Business Administration and Management Sciences Research*, 1(1), 1-9.
- Setiawan, H. (2016). Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20(3), 518–528.
- Sugiyono.2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilowati, R., Edriana Pangestuti, & Aniesa Samira Bafadhal. (2019). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen King Mango yang Merupakan Followers Akun Instagram @Kingmangosurabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service quality & Satisfaction* (Edisi 4). Andi

Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta

Yogyakarta: ANDI

Tjiptono, Fandy. 2011, *Strategi Pemasaran*, Edisi II. Yogyakarta : Andi.

Trihendradi, C. (2012). *Step by Step SPSS 20 Analisis Data Statistik*. Yogyakarta:

ANDI

Utami, C. W. (2014). *Strategi Dan Implementasi Oprasional Bisnis Ritel Modern*

Di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat

Utami, C. W. (2012). *Manajemen Ritel-Strategi dan Implementasi Operasional*

Bisnis Ritel Modern Indonesia. Jakarta: Salemba Empat