

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA BENGKEL LAS RIZKY JAYA BANJARMASIN**

Muhammad Rizki Annor, Farida Yulianti, Hairul

Prodi Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan, NPM16310183  
Prodi Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan, NIDN1121076901  
Prodi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan, NIDN1129077101  
E-mail: annorrizky25@gmail.com

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji (1) kualitas layanan, (2) loyalitas konsumen dan (3) apakah kualitas layanan mempengaruhi loyalitas konsumen di Bengkel Las Rizky Jaya. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian adalah semua konsumen Bengkel Las Rizky Jaya dan pengambilan sampel menggunakan teknik *insidental sampling*. Data penelitian diperoleh dengan mewawancarai dan membagikan kuesioner tentang kualitas layanan dan loyalitas konsumen kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Las Rizky Jaya, (2) konsumen menyatakan bahwa kualitas konsumen adalah baik dan konsumen menyatakan bahwa mereka loyal terhadap Bengkel Las Rizky Jaya. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Bengkel Las Rizky Jaya kepada konsumen memiliki dampak positif dan membuat konsumen loyal terhadap Bengkel Las Rizky Jaya.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen

---

## **ABSTRACT**

This study aims to test (1) service quality, (2) consumer loyalty and (3) whether service quality affects consumer loyalty at Las Rizky Jaya Workshop. This research uses descriptive quantitative research design. The study population was all consumers of Las Rizky Jaya Workshop and sampling using insidental sampling techniques. The research data were obtained by interviewing and distributing questionnaires about service quality and consumer loyalty to 100 respondents. The data analysis technique in this study is a simple linear regression analysis using the IBM SPSS Statistics 23 application.

The results showed that (1) the quality of service had a positive effect on customer loyalty Las Rizky Jaya Workshop, (2) consumers stated that the quality of consumers was good and consumers stated that they were loyal to Las Rizky Jaya Workshop. This indicates that the quality of services provided by Las Rizky Jaya Workshop to consumers has a positive impact and makes consumers loyal to Las Rizky Jaya Workshop

**Keyword :** Service Quality, Consumen Loyalty

## PENDAHULUAN

Dalam era pembangunan bangsa Indonesia ini pertumbuhan perekonomian global mendorong pertumbuhan dunia usaha terlihat cukup menggembirakan, terutama pada sektor pengindustrian yang mengolah bahan baku menjadi bahan jadi, seperti halnya dengan Bengkel Las Rizky Jaya yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa. Bengkel Las Rizky Jaya melakukan pemasaran dan promosi dengan cara konvensional yaitu menunggu/pengguna jasa datang dan dari mulut kemulut (*word of mouth*).

Ekspektasi pelanggan atau customer expectation selalu ada karena empat hal, yaitu Individual Need atau kebutuhan perseorangan menjadi faktor yang penting artinya kalau pelanggan anda memang sudah punya tuntutan yang tinggi, maka ekspektasinya sudah pasti tinggi juga. Word of mouth pelanggan anda bisa punya harapan tertentu karena cerita orang lain. Cerita orang lain sering dianggap sebagai referensi. Past experience atau pengalaman masa lalu. Orang yang sudah punya pengalaman baik dimasa lalu akan dapat menerima pelayanan minimal sama dengan yang dulu, kalau tidak dia akan kecewa. External communication atau komunikasi eksternal suatu usaha perusahaan untuk berjanji sesuatu kepada pelanggan dalam rangka menarik pelanggan (Kertajaya, 2004:223).

Dengan semakin meningkatnya perkembangan zaman, pelayanan kepada pelanggan merupakan faktor yang sangat penting. Dimana kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan jasa yang baik dapat menciptakan perasaan puas bagi konsumen akan pelayanan yang diberikan perusahaan.

Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis memenangkan persaingan.

Menurut Levitt dalam Tjiptono (1997), syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan pelanggan dengan harga yang pantas (*reasonable*). Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumen. Perilaku konsumen sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut (Engel et al., 1994).

Bukti fisik (*tangibles*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pemberi jasa. Bukti fisik tersebut meliputi penampilan

fisik, peralatan, karyawan, mekanik, media komunikasi dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan. Bukti fisik dari perusahaan penyedia jasa dapat mempengaruhi keyakinan dan persepsi pelanggan.

Keandalan (reliability) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan terpercaya (Parasuraman et al., 1998 dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

Daya tanggap (responsiveness) adalah kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Dimensi responsiveness suatu bengkel dapat diukur dengan mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan tentang permasalahan atau kerusakan yang terjadi serta kecepatan dan ketepatan mengambil tindakan sesuai permintaan pelanggan.

Jaminan (assurance), adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan yang memiliki beberapa komponen, yaitu komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence) sopan santun (courtesy).

Dan yang terakhir adalah Empati (empathy), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginannya.

Loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan untuk konsumen. Menurut Tjiptono (2000:110) Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Bengkel Las Rizky Jaya”**.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai adalah metode survey. Dengan metode ini data dikumpulkan berdasarkan jawaban responden atas dasar pertanyaan yang peneliti ajukan melalui pengisi daftar pertanyaan (kuesioner) kepada sejumlah responden.

### 1. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan bermaksud untuk menjelaskan pengaruh antar variabel melalui pengujian hipotesis dan sekaligus melakukan eksplanasi terhadap beberapa variabel. Adapun sifat penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*), yaitu penelitian yang bertujuan menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lain atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain.

#### 1) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Bengkel Las Rizky Jaya yang beralamat di Jl. Sungai Baru No. 34 Rt. 003 Rw. 001 Kelurahan Sungai Baru. Sedangkan waktu penelitian dari tanggal 20 Maret 2020 sampai 20 Juli 2020.

#### 2) Populasi dan Sampel

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti, karena itu dipandang sebagai objek penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen bengkel Las Rizky Jaya.

Sampel adalah sebagian dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Sebagian ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu harus membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006).

Pada penelitian ini, populasi yang diambil adalah berdasarkan jumlah seluruh konsumen bengkel Las Rizky Jaya. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan 100 responden dari konsumen bengkel Las Rizky Jaya. Dalam penelitian ini jumlah sampel ditentukan dengan rumus solvin, sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4 + (Moe^2)}$$

Keterangan :

n : ukuran sampel

$z^2$  : tingkat distribusi normal 5% = 1,96

Moe : Moe adalah *Margin Of Error*, yaitu tingkat kesalahan yang maksimal dalam

pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi.

*Margin Of Error* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 10% , maka sampel yang digunakan sebanyak :

$$n = \frac{1,96^2}{4+(0,10^2)}$$

$$n = 96,04$$

dari perhitungan sampel tersebut maka diperoleh jumlah responden yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Yaitu sebanyak 96,04 responden dibulatkan menjadi 100 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

#### 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data

##### *(1) Hasil Uji Validitas*

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah item-item pernyataan yang diajukan dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden yang sebenarnya dan menyempurnakan kuesioner tersebut. Tinggi rendahnya validitas menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran dari variabel yang dimaksud. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap tiga (2) variabel yaitu loyalitas konsumen.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai korelasi *Pearson Product Moment* atau  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Nilai  $r$  tabel dengan derajat bebas sebesar 98 ( $n-2$ ) dan pada taraf signifikansi 0,05 (uji dua sisi) adalah 0,196.

##### 1. Hasil Uji Validitas variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ )

Hasil uji validitas dalam penelitian ini untuk variabel  $X_1$  atau kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas kualitas pelayanan**

	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
S	$X_{1.1}$	0,354	0,196	Valid
u	$X_{1.2}$	0,295	0,196	Valid
m	$X_{1.3}$	0,385	0,196	Valid
b	$X_{1.4}$	0,449	0,196	Valid
e	$X_{1.5}$	0,393	0,196	Valid
r	$X_{1.6}$	0,358	0,196	Valid
	$X_{1.7}$	0,467	0,196	Valid
	$X_{1.8}$	0,321	0,196	Valid
:	$X_{1.9}$	0,306	0,196	Valid
	$X_{1.10}$	0,462	0,196	Valid
	$X_{1.11}$	0,339	0,196	Valid
H	$X_{1.12}$	0,404	0,196	Valid
a	$X_{1.13}$	0,268	0,196	Valid
s	$X_{1.14}$	0,457	0,196	Valid
i	$X_{1.15}$	0,409	0,196	Valid
	$X_{1.16}$	0,423	0,196	Valid
l	$X_{1.17}$	0,382	0,196	Valid
	$X_{1.18}$	0,264	0,196	Valid
	$X_{1.19}$	0,423	0,196	Valid
P	$X_{1.20}$	0,415	0,196	Valid

Pengolahan Data Primer (data diolah kembali, 2020)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi *Pearson Product Moment* atau r hitung untuk semua butir pernyataan variabel  $X_1$

(kualitas pelayanan) lebih besar dari r tabel (0,196). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan sudah valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

## 2. Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y)

Hasil uji validitas dalam penelitian ini untuk variabel atau Loyalitas Konsumen dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

**Tabel 4.2**

**Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen**

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y <sub>1.1</sub>	0,556	0, 196	Valid
Y <sub>1.2</sub>	0,482	0, 196	Valid
Y <sub>1.3</sub>	0,592	0, 196	Valid
Y <sub>1.4</sub>	0,449	0, 196	Valid
Y <sub>1.5</sub>	0,562	0, 196	Valid
Y <sub>1.6</sub>	0,583	0, 196	Valid
Y <sub>1.7</sub>	0,593	0, 196	Valid
Y <sub>1.8</sub>	0,529	0, 196	Valid
Y <sub>1.9</sub>	0,314	0, 196	Valid
Y <sub>1.10</sub>	0,501	0, 196	Valid
Y <sub>1.11</sub>	0,391	0, 196	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (data diolah kembali, 2020)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai korelasi atau r hitung untuk semua butir pernyataan variabel Y (loyalitas konsumen) lebih besar dari r tabel (0,196). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel loyalitas



konsumen sudah valid karena  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel.

## **(2) Hasil Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Alfa Crancbach*. Apabila nilai koefisien reliabilitas *Alfa Croncbach* lebih besar dari 0,6 maka instrumen penelitian dianggap reliabel.

Hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel disajikan pada tabel 4.3 berikut :

**Tabel 4.3**

### **Hasi Uji Reliabilitas**

No	Variabel	<i>Alpa Croncbach</i>	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,683	Reliabel
2	Loyalitas Konsumen	0,708	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23 (data diolah kembali, 2020)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *Alfa Croncbach* untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0, 683 dan variabel loyalitas konsumen sebesar 0,708 . Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini sudah reliabel karena nilai *Alfa Croncbach* masing-masing variabel lebih besar atau lebih dari 0,6.

## 1) Analisis Deskriptif

### (1) Analisis Karakteristik Responden

Peneliti melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden pelanggan Bengkel Las Rizki Jaya. Terdapat 3 karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini sehingga membagi responden menjadi 4 (empat) kelompok, yaitu jenis kelamin, umur, dan lama penggunaan jasa Bengkel Las Rizki Jaya. Maka gambaran umum responden meliputi:

#### 1. Jenis Kelamin

**Tabel 4.4**

**K**

No	Jenis Kelamin	N	Persentase (%)
1	Laki-laki	85	85
2	Perempuan	15	15
Jumlah		100	100

**a**

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Sumber : Hasil Pengolahan Data primer (data diolah kembali, 2020)

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden laki-laki yang mendominasi jumlah responden yang didapatkan dalam penelitian ini. Responden laki-laki lebih mendominasi dari pada perempuan yaitu sebanyak 85 orang atau 85 % dari total 100% responden, sedangkan responden perempuan sebanyak 15 orang atau 15% dari total 100% responden.

## 2. Umur Responden

**Tabel 4.5**

**Kar  
akte  
risti  
k  
Res  
pon**

No	Rentang Usia (Tahun)	N	Persentase (%)
1	urang dari 30	11	11
2	- 40	39	39
3	- 50	38	38
4	>50	12	12
Jumlah		100	100

**den Berdasarkan Umur**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (data diolah kembali, 2020)

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan karakteristik responden menurut umur, dimana responden berumur 31-40 mendominasi kelompok responden ini yaitu sebanyak 39% atau 39 orang. Kemudian pada umur 41-50 berada diperingkat kedua terbanyak dalam kelompok responden ini yaitu sebanyak 38% atau 38 orang, lalu responden yang berumur lebih dari 50 tahun dengan persentase 12% atau 12 orang dan yang terendah adalah responden berumur kurang dari 30 tahun dengan persentase 11% atau 11 orang.

## 3. Lama Penggunaan Jasa Bengkel Las Rizki Jaya

**Tabel 4.6****Karakteristik Responden Lama Penggunaan Jasa**

No	Lama Penggunaan Jasa	N	Persentase (%)
----	----------------------	---	----------------

S u m	1	< 1 tahun	15	15
	2	1 – 5 tahun	37	37
	3	>5 tahun	48	48
	Jumlah		100	100

ber : Hasil Pengolahan Data Primer (data diolah kembali, 2020)

Berdasarkan tabel 4.6 yang menunjukkan karakteristik responden menurut lama penggunaan jasa Bengkel Las Rizki Jaya. Dari data yang didapat, disimpulkan bahwa paling sedikit yaitu responden dengan lama penggunaan jasa yaitu sebanyak 15 orang atau 15% dimana kurang dari 1 tahun penggunaannya. Kemudian responden yang lama penggunaan jasa 1 – 5 tahun yaitu sebanyak 37 orang atau 37%. Sedangkan persentase responden yang paling mendominasi lama penggunaan jasa adalah sebanyak 48% atau 48 orang dimana lebih dari 5 tahun.

## (2) Deskripsi Data Penelitian

Analisis statistik deskriptif variabel penelitian bertujuan untuk menjelaskan masing-masing data meliputi nilai minimal, maksimal, rata-rata dan nilai standar deviasi. Variabel penelitian diukur menggunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban yaitu: Sangat setuju (SS) diberi skor 5, setuju (S) diberi skor 4, cukup setuju (CS) diberi skor 3, Tidak setuju (TS) diberi skor 2, sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1. Hasil deskriptif variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.7

D

Pernyataan	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	2	5	3,24	,830
X1.2	100	2	5	3,17	,753
X1.3	100	2	5	3,17	,853
X1.4	100	2	5	3,12	,902
X1.5	100	2	5	3,33	,682
X1.6	100	2	5	3,19	,787
X1.7	100	2	5	3,31	,849
X1.8	100	2	5	3,19	,720
X1.9	100	2	5	3,26	,719
X1.10	100	2	5	3,21	,743
X1.11	100	2	5	3,07	,769
X1.12	100	2	5	3,28	,726
X1.13	100	2	5	3,17	,739
X1.14	100	2	5	3,38	,763
X1.15	100	2	4	3,23	,601
X1.16	100	2	5	3,21	,656
X1.17	100	2	4	3,28	,653
X1.18	100	2	4	3,19	,615
X1.19	100	2	4	3,27	,664
X1.20	100	2	4	3,07	,624
Valid N (listwise)	100				

stics Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 23 (data diolah kembali, 2020)

Berdasarkan hasil analisis deskripsi variabel kualitas pelayanan diketahui nilai rata-rata tertinggi yaitu pada pernyataan nomor 14 yaitu sebesar 3,38. Berdasarkan hasil analisis diketahui nilai standar deviasi yang tidak jauh berbeda yang artinya variasi pilihan jawaban pada masing-masing pernyataan

tidak jauh berbeda. Standar deviasi terbesar pada pernyataan nomer 4 yaitu 0,902 dan standar deviasi terendah pada pernyataan nomer 15 yaitu 0,601

## 2. Variabel Loyalitas Konsumen

**Tabel 4.8**

**Descriptive Statistics Loyalitass Konsumen**

Pernyataan	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1.1	100	2	5	3,21	,743
Y1.2	100	2	5	3,07	,769
Y1.3	100	2	5	3,28	,726
Y1.4	100	2	5	3,17	,739
Y1.5	100	2	5	3,38	,763
Y1.6	100	2	4	3,23	,601
Y1.7	100	2	5	3,21	,656
Y1.8	100	2	4	3,28	,653
Y1.9	100	2	4	3,19	,615
Y1.10	100	2	4	3,27	,664
Y1.11	100	2	4	3,07	,624
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 23 (data diolah kembali, 2020)

Berdasarkan hasil analisis deskripsi variabel loyalitas konsumen diketahui nilai rata-rata tertinggi yaitu pada pernyataan nomer 5 yaitu sebesar 3,38. Berdasarkan hasil analisis diketahui nilai standar deviasi yang tidak jauh berbeda yang artinya variasi pilihan jawaban pada masing-masing pernyataan tidak jauh berbeda. Standar deviasi terbesar pada pernyataan nomer 2 yaitu 0,769 dan standar deviasi terendah pada pernyataan nomer 6 yaitu 0,601

## 2) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan hanya uji normalitas karena penelitian hanya menggunakan satu variabel beban dan satu variabel terikat, berikut adalah uji yang digunakan:

### (1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk menguji apakah data penelitian kita berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Selain itu juga melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal yaitu menurut Josephine Wuri (2014:110). Berikut adalah uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorof Smirnov:

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,47834675
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,078
	Negative	-,066
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.134 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Kolmogorov-Smirnov**

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23 (data diolah kembali, 2020)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *asympt. Sig.* Yang diperoleh yaitu sebesar 0,134 dimana lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa dalam model regresi, variabel bebas atau residual memenuhi asumsi klasik.

### 3) Hasil Uji Pengaruh

#### (1) Analisis regresi

Analisis regresi merupakan teknik yang digunakan untuk pengujian tingkat pengaruh dua variabel yaitu variabel dependen (Y) dan independen (X). Dalam teknik ini hipotesis diuji dengan teknik analisis regresi linear sederhana.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,626	2,905		,560	,577
Kualitas Pelayanan	,524	,045	,762	11,656	,000



T a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

**abel 4.10**

**Hasil Analisis Regresi**

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23 (data diolah kembali, 2020)

Persamaan pada model regresi linear sederhana dari hasil analisis regresi di atas adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1,626 + 0,524X$$

Keterangan :

Y : Loyalitas Konsumen

a : Bilangan konstanta

b : Koefisien regresi kualitas pelayanan

X : Variabel kualitas pelayanan

Persamaan regresi di atas diperoleh dari hasil perhitungan SPSS versi 23.

Persamaan regresi tersebut memiliki makna sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1,626, yang berarti bahwa jika nilai variabel kualitas pelayanan sebesar 1,626 maka variabel loyalitas konsumen akan memiliki nilai sebesar 1,626
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,524 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai kualitas pelayanan sebesar satu satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka loyalitas konsumen akan mengalami kenaikan ataupun penurunan sebesar 0,524 satuan.

**(2) Uji T**

Berdasarkan tabel 4. 10 diketahui untuk hipotesis pertama yang menyatakan

bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen, dapat dilihat dari tabel di atas bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dikatakan berpengaruh positif karena nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 11,656 lebih besar dari t tabel yaitu 1,984. Dikatakan signifikan karena nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0,05.

(3) *Uji Simultan (Uji F)*

**Tabel 4.11**

**H**

**a**

**s**

**f**

**l**

**U**

**j**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	842,962	1	842,962	135,855	.000 <sup>b</sup>
Residual	608,078	98	6,205		
Total	1451,040	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

**i F**

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23 (data diolah kembali, 2020)

Pada pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan F hitung dan F tabel. Berdasarkan tabel di atas diperoleh F hitung sebesar 135,855 dengan tingkat signifikansi 0,000. Kemudian F tabel diperoleh dengan rumus  $n - k$ , dari rumus tersebut diketahui  $k=1$  kemudian  $n - k$  adalah  $100 - 1$  yaitu 99, sehingga diperoleh F

tabel pada kolom 2 di baris 99 yaitu sebesar 3,94.

Untuk hipotesis ketiga (2) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen, dapat dilihat dari tabel di atas bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05 dan nilai F hitung sebesar 135,855 lebih besar dari nilai F tabel 3,94. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima.

#### (4) Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel**

**4.12**

**Hasil Analisis**

**Koefisien**

**Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	( $R^2$ )
1	.762 <sup>a</sup>	.581	.577	2,491	

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23 (data diolah kembali, 2020)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai R Square yang diperoleh adalah sebesar 0,581 atau 58,1% yang menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 58,1%. Atau dapat dikatakan bahwa variabel bebas yang digunakan yaitu kualitas pelayanan mampu menjelaskan sebesar 58,1% pada variabel terikat yaitu loyalitas konsumen. Sedangkan sisanya sebesar 41,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

## 2. Hasil Pembahasan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan. Loyalitas konsumen pada perusahaan. Loyalitas konsumen tersebut tercipta melalui lima dimensi kualitas pelayanan, dimana menurut Parasuraman (2002) dimensi tersebut yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan produk-produk fisik (*tangibles*). Kelima dimensi tersebut dijabarkan menjadi instrumen-instrumen yang digunakan peneliti untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen terhadap Bengkel Las Rizky Jaya melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden.

Dari data yang telah diolah, uji validitas menunjukkan bahwa semua instrumen yang diajukan peneliti berdasarkan variabel bebas dan variabel terikat, berdasarkan olah data dinyatakan valid. Uji validitas menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung dari setiap pernyataan pada masing-masing variabel lebih besar dari  $r$  tabel yaitu 0,196.

Kemudian uji reliabilitas dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai *cornbach alpha* yang diperoleh dari setiap variabel yang dimiliki dinyatakan baik/reliabel karena masing-masing variabel memiliki alpha lebih dari 0,60 yaitu 0,683 pada kualitas pelayanan dan 0,708 pada loyalitas konsumen. Dari reliabilitas tersebut menunjukkan konsistensi alat ukur setelah dilakukan berulang-ulang pada subjek dan kondisi yang sama jika hasil yang diperoleh konsisten maka penelitian dapat diandalkan.

Dalam penelitian ini hanya menggunakan uji normalitas dalam uji asumsi klasik karena hanya menggunakan satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Berdasarkan data yang diperoleh uji Kolmogorov Smirnov diperoleh nilai *asympt.sig* sebesar 0,134 yang mana lebih besar dari 0,05 maka memenuhi asumsi normalitas yaitu bahwa data diperoleh dari hasil penelitian benar-benar mewakili populasi dari Bengkel Las Rizki Jaya.

Analisis regresi yang digunakan untuk pengujian tingkat pengaruh dua variabel yaitu Y dan X adalah analisis regresi linier sederhana. *Unstandardized coefficients* yang diperoleh dari olah data adalah sebesar 1.626 yang berarti jika  $X = 0$  maka  $Y = 1.626$  sedangkan koefisien regresi kualitas pelayanan adalah sebesar 0,524. Jika koefisien kualitas pelayanan semakin tinggi maka loyalitas konsumen juga akan semakin tinggi atau positif.

Berdasarkan Uji-t bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dikatakan berpengaruh positif karena nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah positif sebesar 11,656 lebih besar dari t tabel yaitu 1,984, dan nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima.

Dalam melakukan pengujian hipotesis terdapat dua uji yang digunakan, yang pertama adalah uji simultan atau uji F yang dalam mengolahnya dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. F hitung yang diperoleh dari analisis regresi yaitu sebesar 135,855, dimana lebih besar dari F tabel yaitu 3,94. Maka

hipotesis kedua diterima yaitu adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

Analisis koefisien determinasi atau  $R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa jauh kontribusi pengaruh variabel X mempengaruhi variabel Y. Persentase pengaruh yang diperoleh adalah sebesar 58,1%. Menurut Kotler (2005) kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan

## PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Bengkel Las Rizky Jaya dengan didukung oleh teori yang diperoleh melalui referensi yang ada, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan Uji-t bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dikatakan berpengaruh positif karena nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah positif sebesar 11,656 lebih besar dari t tabel, dan nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,00 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima.
- 2) Berdasarkan uji F, hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas konsumen. Dibuktikan dengan hasil F hitung sebesar 135,855 lebih besar dari F tabel yaitu 3,94 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima.

### 2. Saran

#### 1) Bagi Perusahaan

- (1) Pihak Bengkel Las Rizky Jaya disarankan agar kegiatan kualitas pelayanan yang sudah dilakukan oleh Bengkel Las Rizky Jaya melalui harus tetap dilakukan atau bahkan ditingkatkan lagi loyalitas konsumen pada Bengkel Las Rizky Jaya.
- (2) Adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan loyalitas konsumen yang berarti jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan meningkatkan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, Bengkel Las Rizky Jaya harus mempertahankan atau bahkan

meningkatkan kualitas pelayanan untuk konsumen sehingga konsumen menjadi loyal.

## 2) **Bagi Akademik**

Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain kualitas pelayanan, yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu loyalitas konsumen. Besarnya faktor kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 58,1% , sedangkan sisanya sebesar 29,1% merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen selain faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya dapat menganalisis faktor-faktor lain yang memberikan kontribusi terhadap loyalitas konsumen pada Bengkel Las Rizky Jaya



## REFERENSI

- Aprilyanda Nur Anisa. 2012. Strategi Pemasaran. (<http://www.AkademikMarketing.blogspot.com/2012/Strategi-Pemasaran-Aprilynda>)
- Assauri, Sofjan, 2013, Manajemen Pemasaran, Jakarta : Rajawali Pers, PT. Raja Grafindo Persada.
- Almilia, Luciana Spica, dan Robahi, Lidia, 2007, “Penerapan E – Commerce sebagai Upaya Meningkatkan Persaingan Bisnias Perusahaan”, Surabaya.
- Basu Swastha Dharmmesta, T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran “ Analisa perilaku konsumen “*. Edisi pertama cetakan ketiga. BPFE- Yogyakarta, Yogyakarta.
- Chandra, Gregorius. 2002. Strategi dan Program Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi Ofset
- Kotler, and Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi ke dua belas, Diterjemahkan oleh Bob Sabran, Penerbit Erlangga, Jakarta Juwandi, Hendy Irawan. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. and G. Armstrong. 2004. Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan. Jakarta:Penerbit Indeks
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran* Edisi Milenium, Jilid I, Jakarta Prehallindo
- Uma Sekaran, 2007, Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Jakarta : Salemba Empat
- Purwanto, I. 2008. Manajemen Strategi. Bandung:CV Ryama Widya
- Sanusi, 2011, “Metode Penelitian Bisnis”, Salemba Empat, Jakarta. Sugiyono, 2006, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”, Bandung, Alfabet