

## Loyalitas Konsumen yang Dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen

Citra Adriana<sup>1</sup>, Ahmad Mustaqim<sup>2</sup>, Mona Tirta Nugraini<sup>3</sup>, Abdul Ghofur<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Program Studi S-1 Manajemen, STIE Anindyaguna, Indonesia

Email: [mustakimahmad384@gmail.com](mailto:mustakimahmad384@gmail.com)<sup>1</sup>, [abdulghofur091997@gmail.com](mailto:abdulghofur091997@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[mustakimahmad384@gmail.com](mailto:mustakimahmad384@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dengan purposive sampling sebagai tehnik penentuan sampelnya. Penelitian data ini menggunakan quisioner sampel 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dan data tersebut di analisis menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas berpengaruh terhadap loyalitas konsumen,(2) harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, (3)kepuasan konsumen tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

**Kata Kunci :** *Kualitas Pelayan, Harga, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen*

### Abstract

This study aims to determine the factors that influence consumer loyalty. This study uses a non-probability sampling technique because the number of member of members of the population is unknown, with purposive sampling as the sampling technique. This research data uses a questionnaire sample of 100 respondents. Data analysis in this study used multiple linier regression methods and the data were analysid Using the SPSS Program. The results showed that (1) quality has an effect on consumer loyalty, (2) ptice has no effect on customer loyalty, (3) consumer sastisfaction has no positive and significant effect on customer loyalty.

**Keywords :** *Service Quality, Price, Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty*

### PENDAHULUAN

Perkembangan dunia otomotif saat ini khususnya di negara berkembang seperti Indonesia relatif baik dan seiring dengan kemajuan perekonomian Indonesia yang pesat dalam pertumbuhan penjualan mobil seiring dengan meningkatnya pendapatan per kapita penduduk yang mendekati 5.000 dolar AS atau sekitar Rp 47,5 juta per tahun. Diperkirakan angka penjualan mobil di Indonesia naik berlipat ganda hingga 2 juta unit dalam waktu lima tahun ke depan. Pertumbuhan penjualan kendaraan roda empat (mobil) sangat erat kaitannya dengan pertumbuhan bengkel kendaraan roda empat (mobil) di Indonesia saat ini.

Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka akan membuat pelanggan tersebut kembali lagi untuk menikmati jasa yang diberikan. Kemungkinan besar bahkan pelanggan tersebut merekomendasikan kepada pelanggan lain. Hal ini erat kaitannya dengan kualitas pelayanan untuk memenuhi harapan pelanggan dan membuat pelanggan loyal dengan perusahaan. Bengkel Sinar Barito Pudakpayung Semarang adalah bengkel mobil umum yang dapat menangani berbagai jenis dan merek mobil, memiliki 6 cabang di Semarang. Selain servis mobil Bengkel Sinar Barito Pudakpayung juga melayani cuci mobil dan salon mobil.

Semakin meningkatnya complain yang dilakukan pelanggan secara langsung tiap bulannya meningkat, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi complain pelanggan, agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan setelah melakukan penggunaan jasa di Bengkel Sinar Barito Pudukpayung Semarang. Adapun data complain di Bengkel Sinar Barito Pudukpayung Semarang selama satu tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 1. Data Complain Customer Tahun 2021 Bengkel Mobil Sinar Barito Pudukpayung Semarang**

No	Bulan	Jumlah Complain
1	Januari	1
2	Februai	1
3	Maret	1
4	April	1
5	Mei	1
6	Junii	1
7	Juli	1
8	Agustus	2
9	Septemeber	4
	Total	13

Sumber : Customer Bengkel Mobil Sinar Barito Pudukpayung Semarang Social Media 2021.

Berdasarkan Tabel di atas, menunjukkan bahwa komplain di Bengkel Sinar Barito Pudukpayung Semarang mengalami kenaikan di bulan September ada 4 komplain di bandingkan bulan Agustus ada 2 komplain. Penelitian ini juga mengguankan *risseard gap* yaitu masih terdapat perbedaan hasil penelitian dari peneliti-peniliti sebelumnya yang tampak pada table berikut.

Penelitian ini juga menggunakan *risseard gap* yaitu masih terdapat perbedaan hasil penelitian dari peneliti-peneliti sebelumnya yang tampak pada table berikut.

**Tabel 2. Research Gap**

No	Penelitian dan Tahun	Variabel	Berpengaruh	Tidak Berpengaruh
1	Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021).	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	
2	Sembiring, I. J. (2014).	Kualitas pelayanan		Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
3	Amalina, S. Y. (2021).	Harga	Harga sangat berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	

---

4	Pongoh, M. E. (2013).	Harga		Tidak ada pengaruh signifikan antara Harga terhadap Loyalitas Pelanggan
5	(Putri, F. K., at All 2021).	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	
6	Setyawan, M. A. (2021).	Kepuasan Pelanggan		Kualitas Pelanggan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

---

### **Kualitas Pelayanan**

Strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik menggunakan suatu jasa karena kualitas layanan yang baik. Menurut Tjiptono (2016) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

### **Harga**

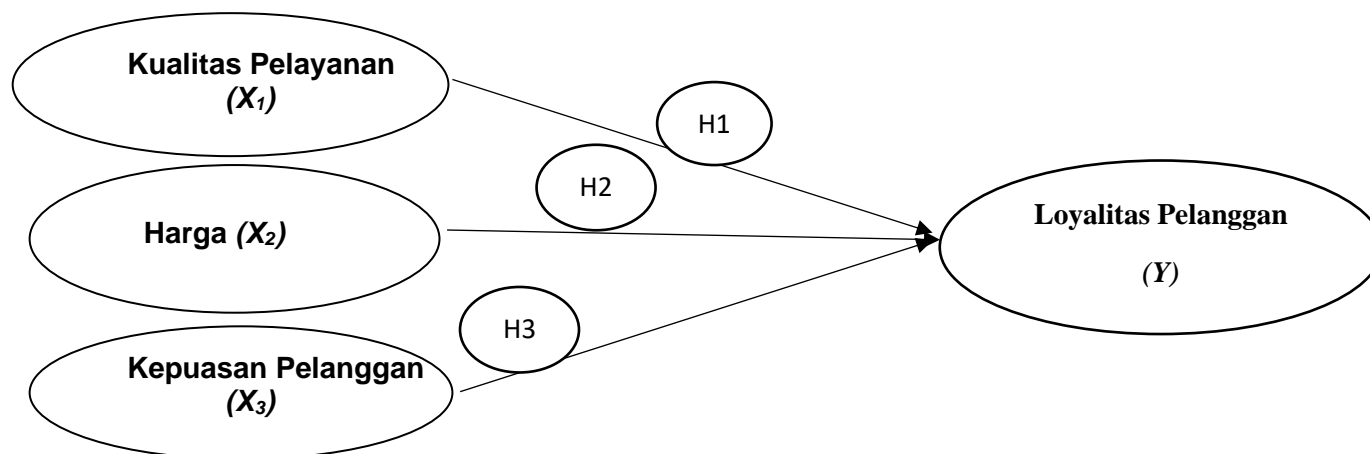
Kotler dan Armstrong (2015) menyatakan bahwa “*price as the amount of money charged for a product or service, or the sum of values that customers exchange for benefits of having or using the product service*”, yang artinya harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.

### **Kepuasan Pelanggan**

Pembeli akan mempertimbangkan kepuasan berdasarkan harapan dan harga yang dibayar. Harapan dan harga harus beriringan agar menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dalam Sunyoto (2013), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

### **Loyalitas Pelanggan**

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa *customers have varying degrees of loyalty to specific brands, stores, and companies. Loyalty has been defined as “a deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service in the future despite situational influences and marketing efforts having the potential because switching behavior”*(pelanggan memiliki tingkat loyalitas yang sangat tinggi terhadap perusahaan, toko, dan perusahaan tertentu. Loyalitas telah didefinisikan sebagai "komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau merepatronisasi produk atau layanan yang disukai di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi karena mengubah perilaku").



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis**

**Sumber : Susnita. Aprilia. 2020, Farisi, S.. (2020), Supertini1, N.P.S. at al. (2020)**

## **METODE**

### **Populasi Penelitian**

Populasi adalah kelompok atau kumpulan individu-individu atau obyek penelitian yang memiliki standar-standar tertentu dari ciri-ciri yang telah ditetapkan sebelumnya,. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Cooper & Emory, 1995). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Bengkel Sinar Barito Pudakpayung Semarang yang tidak diketahui jumlah populasinya.

### **Sampel Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan kriteria pelanggan tetap, yang dimaksud pelanggan tetap adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa lebih dari dua kali di Bengkel Sinar Barito Pudakpayung Semarang.

Dalam penelitian ini tektik pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampel *non probabilitas* dengan teknik *purposive sampling* . Teknik ini dipilih atas dasar pertimbangan peneliti bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari suatu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi kepada peneliti. Dengan demikian pelanggan tetap Bengkel Mobil Sinar Barito Pudakpayung yang menjadi objek penelitian. Pengambilan sampel menurut Sugiyono (2011) untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : priya – wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dengan penelitian akan melakukan penelitian analisa dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel yang diteliti ada 5 (independen dan dependen) , maka jumlah anggota sampel = 10 x 5 =50.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota kelompok masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 142. Sebagai aturan umum, ukuran sampel antara 30 sampai dengan 500 bisa efektif tergantung dengan cara pengambilan sampel yang digunakan dan pertanyaan penelitian yang dipakai.

## Metode Analisis Data

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Metode grafik yang handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data residu akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Uji normalitas data juga dilakukan dengan uji *Kolmogorov – Smirnov*. Untuk mempermudah dalam melakukan perhitungan secara statistik. Suatu data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai *Asymp Sig (2 - tailed)* hasil perhitungan *Kolmogorov – Smirnov* lebih besar dari  $\frac{1}{2} \alpha$  atau 0,05 (Ghozali, 2011).

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Indemenden) (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel – variabel tidak *orthogonal*. Variabel *orthogonal* adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terkait) dan diregrasi terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang dipilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan *VIF* tinggi (Karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya Multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $\geq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \leq 10$ .

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (Kecil, Sedang, Besar). Salah satu cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terkait (Dependen) yaitu ZPRED dengan residual RSESID.

## Teknik Analisis Data

### Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan tektik Analisa regresi linier berganda dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*. Variabel dependen adalah loyalitas pelanggan sedangkan variabel independen meliputi kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan. Model regresi pada penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

## Alat Uji Hipotesis

### Uji t Hitung dengan Uji Parsial

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

### Uji F<sub>hitung</sub> (Uji Simultan)

Menurut (Ghozali, 2011) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen atau terikat. Salah satu cara

melakukan uji F adalah dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung besar daripada nilai F tabel, maka kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2011).

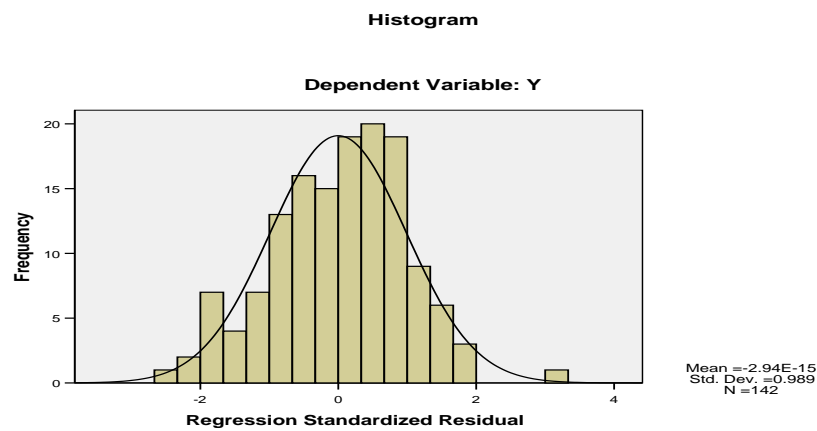
### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemar dalam menerangkan variasi variabel dependen/terkait (Loyalitas). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1).

Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen (Bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memperdiksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

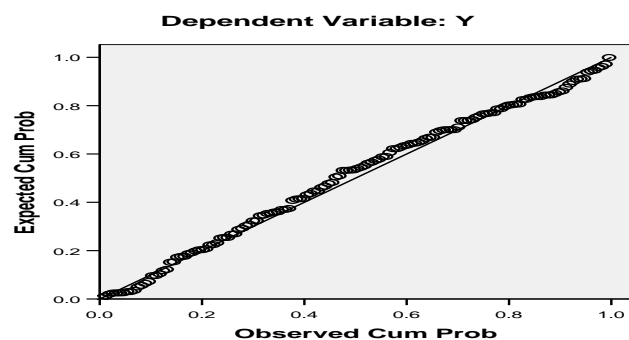
### Uji Normalitas



Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Pada grafik histogram diatas, menunjukkan distribusi yang normal. Dikatakan normal apabila kotak atau bar mengikuti kurva normalnya. Hasil uji normalitas diagram P-P Plot dapat dilihat seperti gambar 2.3 dibawah ini :

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa titik – titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik – titik data searah dengan garis diagonal menandakan bahwa model asumsi regresi memenuhi asumsi normalitas dan model regresi layak untuk menganalisis pengaruh variabel – variabel bebas (kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan) terhadap variabel terkait (loyalitas pelanggan).

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 3. Multikolinearitas Coefficients(a)**

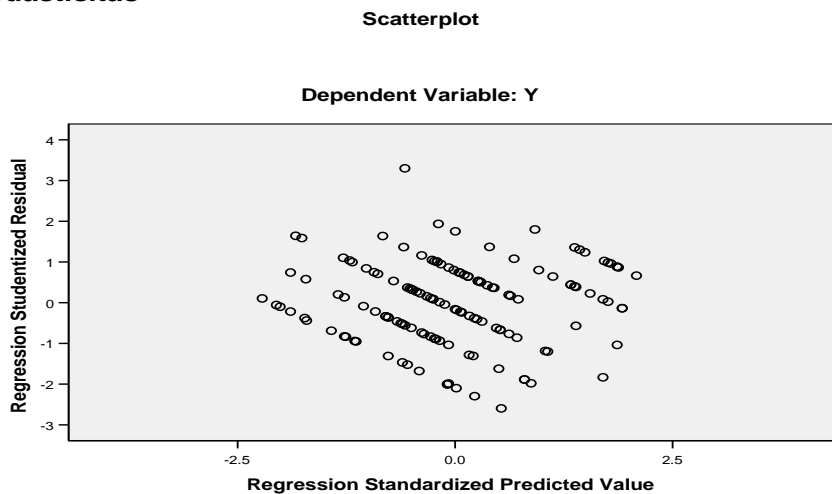
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Error Std.	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.225	1.746		1.274	.205		
	Kualitas Pelayanan	.167	.024	.618	6.877	.000	.459	2.180
	Harga	.060	.073	.066	.821	.413	.579	1.727
	Kepuasan Pelanggan	.045	.066	.055	.679	.499	.560	1.786

a Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas, maka dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas atau regresi yang sempurna antara variabel-variabel bebas yaitu, kualitas pelayanan, atmosfer toko, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, karena nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1.

**Uji Heteroskedastisitas**



**Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas**  
 Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan grafik yang ada diatas dapat dilihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji *gletsjer* dilihat dengan cara menghasilkan regresi nilai absolute residual (*ABSUi*) terhadap variable independen lainnya, Hasil dari uji *gletsjer* pada penelitian ini di tunjukan pada table di bawah ini:



**Tabel 4. Uji Gletser Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-.259	1.031		-.251	.802
	Kualitas Pelayanan	.011	.014	.097	.778	.438
	Harga	-.055	.043	-.141	1.274	.205
	Kepuasan Pelanggan	.044	.039	.126	1.126	.262

a Dependent Variable: ABS\_RES  
Sumber : Data primer yang diolah (2021)

### Analisis Regresi Berganda

**Tabel 5. Korelasi Berganda Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.225	1.746		1.274	.205		
	Kualitas Pelayanan	.167	.024	.618	6.877	.000	.459	2.180
	Harga	.060	.073	.066	.821	.413	.579	1.727
	Kepuasan Pelanggan	.045	.066	.055	.679	.499	.560	1.786

a Dependent Variable:Loyalitas\_Pelanggan  
Sumber : Data primer yang diolah (2021)

$$Y = 0,618 X_1 + 0,066 X_2 + 0,55X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diketahui bahwa Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,618 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika Kualitas Pelayanan baik, maka Loyalitas Pelanggan akan meningkat. Nilai koefisien regresi variable Harga sebesar 0,066 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika Harga baik, maka Loyalitas Pelanggan akan meningkat. Nilai koefisien regresi variable Kepuasan Pelanggan 0,055 berpengaruh positif mempunyai arti bahwa jika Kepuasan Pelanggan baik, maka Loyalitas Pelanggan mengalami peningkatan.

### Pengujian Hipotesis (Uji t)

Melalui perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui sebagai berikut :

#### 1. Pengujian Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan *table coefisien* nilai t Hitung : 6,877 dan t Tabel : 1,655 , maka t Hitung (6,877) > t Tabel (1,655) dan sig : 0,000 < 0,05(5%), maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima artinya ada pengaruh antara Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

#### 2. Pengujian Hipotesis Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan *table coefisien* nilai t Hitung : 0,821 dan t Tabel : 1,655, maka t Hitung (0,821) < t Tabel (1,655) dan Sig : 0,413 > 0,05(5%), maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>2</sub> ditolak artinya tidak ada pengaruh antara Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.



### 3. Pengujian Hipotesis Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan *table coefisien* nilai  $t$  Hitung : 0,679 dan  $t$  Tabel : 1,655, maka  $t$  Hitung (0,679) <  $t$  Tabel (1,655) dan  $Sig$  : 0,499 > 0,05(5%), maka  $H_0$  ditrima dan  $H_3$  ditolak artinya tidak ada pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

#### Uji F (Uji Model)

Tabel 6. Uji F ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148.551	3	49.517	43.975	.000(a)
	Residual	155.392	138	1.126		
	Total	303.944	141			

a Predictors: (Constant), kualitas\_pelayanan, harga, kepuasan\_pelanggan

b Dependent Variable: loyalitas\_pelanggan

**Sumber** : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil menunjukkan perhitungan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 43,975 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (<0,05). Sementara nilai F tabel sebesar 2,67. Hal ini berarti bahwa F hitung (43,975) > F tabel (2,67). Maka dapat disimpulkan bahwa model dinyatakan layak.

#### Koefisien Determinasi (Uji R)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai *koefisien determinasi* ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,489 yang artinya bahwa variasi dari semua variabel bebas, Yaitu Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 48,9% sedangkan sisanya 51,1% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

#### SIMPULAN

Hasil analisis dan pembahasan mengenai variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil Sinar Barito Pudakpayung telah memberikan bukti empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil Sinar Barito Pudakpayung. Berdasarkan analisis validitas, reliabilitas, dan analisis regresi yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil Sinar Barito Pudakpayung, hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan ( $b_1 = + 0,618$ ) dan  $t$  Hitung 6,877 >  $t$  Tabel 1,655 dan  $sig$  0,000 < 0,05, sehingga semakin baik kualitas pelayanan terhadap Bengkel Mobil Sinar Barito Pudakpayung maka semakin meningkat loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sinar Barito Pudakpayung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil Sinar Barito Pudakpayung, hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresi variabel Harga ( $b_2 = + 0,066$ ) dan  $t$  Hitung 0,821 <  $t$  Tabel 1,655 dan  $sig$  0,413 > 0,05, Harga tidak mempengaruhi pelanggan dalam Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil Sinar Barito Pudakpayung, hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresi variabel Kepuasan Pelanggan ( $b_3 = + 0,055$ ) dan  $t$  Hitung 0,679 <  $t$  Tabel 1,655 dan  $sig$  0,499 > 0,05, Kepuasan Pelanggan tidak mempengaruhi pelanggan dalam Loyalitas Pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, S. Y. (2021). Dampak Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dira Cafe And Pool Ambulu (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).
- Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 254-268.
- Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition", England : Pearson Education, Inc
- Cooper, Donald R and C. William Emory. 1995. *Business Research Methods*, 5th Ed, Chicago: Richard D. Irwin, Inc.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Farisi, S, Siregar R.Q, (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan, *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen homepage: Vol 3, No. 1, Maret 2020, 148-159* <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>. ISSN 2623-2634 (online). DOI: <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia (edisi 1)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Pongoh, M. E. (2013). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Matahari Department Store Di Mantos 2. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1).
- Sembiring, I. J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt. Haryono Malang). *Administrasi Bisnis*, 15(1).
- Setyawan, M. A. (2021). *Strategi Kopi Kenangan Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (Bachelor's Thesis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Jakarta)*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sunyoto, Danang 2013, "Teori Kuisisioner dan Analisis Data" untuk pemasaran dan perilaku konsumen. 2013: Graha Ilmu.
- Supertini1,N.P.S. 2020. at al. Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja, *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 2 No. 1, Juli 2020 P-ISSN: 2685-5526