

DAMPAK KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**IMPACT OF SERVICE QUALITY ON CONSUMER LOYALTY****Iis Sofiati, Nurul Qomariah, Haris Hermawan**

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Email: nurulqomariah@unmuhjember.ac.id, harishermawan@unmuhjember.ac.id**ABSTRAK**

Penelitian dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Bengkel Poer Variasi Jember) bertujuan untuk menguji pengaruh Bukti Fisik (Tangibles) (X_1), Keandalan (Reliability) (X_2), Daya Tanggap (Responsiveness) (X_3), Jaminan (Assurance) (X_4), dan Empati (Empathy) (X_5) terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bengkel Poer Variasi Jember yang ditentukan sebanyak 60 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling. Untuk analisis data, penulis menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dinyatakan bahwa Bukti fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember. Hasil koefisien determinasi berganda (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,757, hal ini berarti 75,7% perubahan loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel Bukti fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati sedangkan sisanya sebesar 24,3% disebabkan oleh faktor lain seperti harga, promosi, customer relationship management, dan lain-lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Bukti fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Loyalitas

ABSTRACT

The research with title Analysis of Service Quality of Customer Loyalty (Case Study on Poer Variasi Jember Machine Shop) aim to analyze the effect of tangibles (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4), and empathy (X_5) to customer loyalty. Data used in this research is primary data was collected by questionnaire. The population of this research is costumers of Poer Variasi Jember Machine Shop of 34 people which determined as many as 60 respondents. Determination of samples using accidental sampling. The analyze technique used multiple linier regressions analysis. The result of hypothesis testing shown that the tangibles (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4), and empathy (X_5) has positively and significant effect to customer loyalty. Results of multiple determination coefficient (R^2) obtained a value of 0,757, meaning 75,7% change in the customer loyalty affected by variables of tangibles (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4), and empathy (X_5) while the rest 24,3% were caused by other factors such as price, promotion, customer relationship management, and other that are not included in the regression equation is created.

Keywords: Service Quality, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Dunia usaha yang semakin berkembang menuntut pelaku usaha mampu merespon perubahan yang terjadi dengan memahami perilaku konsumen. Perusahaan yang tidak mampu memahami perilaku konsumen secara tepat dapat menurunkan loyalitas atau konsumen berpindah ke perusahaan lain. Loyalitas menjadi konsep sentral pemasaran dalam wacana bisnis dewasa ini. Loyalitas konsumen merupakan kesediaan untuk terus berlangganan dalam jangka panjang, dengan menggunakan barang dan jasanya secara terus menerus serta secara sukarela merekomendasikan kepada orang lain. Loyalitas mendeskripsikan perilaku konsumen atas produk atau jasa. Apabila suatu produk/jasa mampu memberi kepuasan maka konsumen tidak beralih ke produk/jasa lainnya. Upaya mewujudkan loyalitas konsumen terus berubah seiring dengan meningkatnya kebutuhan pasar. Loyalitas konsumen sangat penting bagi perkembangan perusahaan, sehingga upaya untuk membangun loyalitas konsumen perlu menjadi perhatian serius bagi perusahaan. Menurut Durianto, Dkk (2001:4). Konsumen yang loyal pada umumnya akan melakukan pembelian merk atau produk walaupun dihadapkan pada banyak alternatif pilihan merk produk pesaing yang menawarkan karakteristik produk yang lebih unggul dipandang dari berbagai sudutnya.

Membangun loyalitas konsumen tidaklah mudah apalagi menghendaknya secara cepat karena loyalitas tidak muncul secara tiba-tiba melainkan memerlukan strategi untuk mencapainya. Konsumen yang loyal biasanya sudah merasa puas dengan produk atau jasa yang pernah diterimanya (Qomariah, 2016). Menurut Prapti (2011:2) strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satu strategi pemasaran yang bisa diterapkan guna membangun loyalitas adalah melalui kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Griffin (2003:49) menyatakan bahwa apabila penilaian pelanggan merasa baik terhadap kualitas pelayanan, maka pelanggan akan melakukan pemakaian ulang (*repeat customer*), bahkan lebih jauh lagi mereka akan melakukan promosi *word of mouth* kepada rekan, saudara dan kenalannya, dan memiliki kekebalan atas tawaran pesaing.

Menurut Tjiptono (2000: 126) mengungkapkan lima dimensi yang menyangkut masalah kualitas pelayanan yaitu:“(1) bukti fisik (*tangible*) berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi, (2) kehandalan (*reliability*), sebagai

kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya, (3) daya tanggap (*responsiveness*), yang menunjukkan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap, (4) jaminan (*assurance*) menunjukkan sejauh mana pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan menciptakan *image* atau persepsi yang baik bagi perusahaan, dengan menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan dibenak konsumen terhadap perusahaan, dan (5) empati (*empathy*) sebagai syarat untuk peduli dan memberikan perhatian secara pribadi bagi pelanggan”. Kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi, penelitian ini didukung oleh Mardikawati dan Farida (2013) menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan memberikan hubungan baik dalam kurun jangka panjang bagi perusahaan. Hasil peneliti lainnya yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010), Japarianto dkk (2007) menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan.

Bengkel Poer Variasi Jember merupakan bengkel mobil yang berada di daerah Tegal Besar Jember. Sebagai penyedia jasa, Bengkel Poer Variasi Jember tidak hanya dituntut untuk memenuhi pelayanan dengan baik, akan tetapi juga harus mampu bersaing untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Tuntutan ini adalah mutlak agar tercipta sebuah loyalitas konsumen yang kelak akan menjadi aset yang berharga bagi perusahaan. Oleh karena itu diperlukan suatu konsep berwawasan pelanggan dimana bengkel memusatkan perhatian penuh terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu saat ini banyak bermunculan bengkel- bengkel variasi di daerah Jember dan sekitarnya contohnya Metro Variasi dan Barometer Variasi. Beberapa faktor yang bisa menyebabkan penurunan tersebut adalah adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Pada penelitian ini akan dilakukan pengukuran kualitas pelayanan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, karena setiap aktivitas atau tindakan pelayanan oleh perusahaan penyelenggara layanan perlu diukur untuk mendeteksi, mengetahui capaian-capaian riil terkait dengan visi, misi, dan tujuan pelayanan perusahaan tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Yazid (2001: 107), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan. Kualitas

merupakan salah satu kunci dalam memenangkan dalam persaingan. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk atau jasa yang berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga. Sedangkan menurut Kotler (2002:83), pelayanan adalah setiap tindakan atau keinginan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Wykof (dalam Tjiptono 2007:260) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan keinginan konsumen. Lewis dan Booms (yang dikutip oleh Tjiptono, 2008:85) mengemukakan bahwa kualitas layanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut Parasuraman *et al.* (dalam Tjiptono 2008:68) kelima dimensi pokok kualitas pelayanan tersebut yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik merupakan salah satu daya tarik bagi konsumen karena pada saat konsumen akan membeli produk, pada mulanya akan tertarik pada apa yang mereka lihat. Konsumen akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Oleh sebab itu aspek fisik ini perlu diperhatikan untuk menarik minat konsumen dan suatu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensiya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek fisik ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena *tangibles* yang baik, maka harapan responden menjadi lebih tinggi. Dengan demikian bukti fisik merupakan satu indikator yang paling konkrit. Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, tempat parkir, kerapian, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi

2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yakni kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat dan memuaskan. Kemampuan memberikan pelayanan kepada

pelanggan sesuai dengan yang di harapkan, seperti kemampuan dalam menepati janji, kemampuan memecahkan masalah dan kemampuan untuk meminimumkan kesalahan. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan, memberikan pelayanan dengan tanggap dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan yaitu pengetahuan, kesopan santunan, kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan dan upaya perlindungan terhadap resiko. Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik (keamanan) dan resiko atau keragu-raguan.

5. Empati (*Empathy*)

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus yang bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen. Empati meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian pesona, dan pemahaman atas kebutuhan individu maupun para pelanggan.

Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan dalam upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Upaya tersebut berdampak terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Menurut Tjiptono, (2002: 88-96) faktor-faktor tersebut meliputi:

1. Mengidentifikasi Determinan Utama Kualitas Pelayanan

Langkah pertama yang perlu dilakukan dalam mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan adalah melakukan riset, selanjutnya adalah memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan tersebut. Dengan hal ini dapat diketahui posisi relatif perusahaan dimata pelanggan dibandingkan para pesaing, sehingga perusahaan dapat memfokuskan upaya peningkatan kualitasnya pada determinan tersebut

2. Mengelola Harapan Pelanggan

Satu hal yang bisa dijadikan pedoman dalam hal ini , yaitu “jangan janjikan apa yang tidak bisa diberikan, tetapi berikan lebih dari yang dijanjikan”.

3. Mengelola Bukti (*Evidence*)

Kualitas Pelayanan Pengelolaan bukti kualitas pelayanan bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana halnya barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta tangible yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas. Bukti kualitas dalam perusahaan jasa meliputi segala sesuatu yang dipandang konsumen sebagai indicator “seperti apa jasa yang diberikan” (*preservice expectation*) dan “seperti apa jasa yang telah diterima” (*post-service evaluation*). Bukti-bukti kualitas jasa bisa berupa fasilitas fisik, penampilan pemberi jasa, perlengkapan dan peralatan untuk memberikan jasa dan sebagainya.

4. Mendidik Konsumen Tentang Jasa

Dalam rangka menyampaikan kualitas jasa, membantu pelanggan memahami suatu jasa merupakan upaya yang sangat positif. Pelanggan yang terdidik akan dapat mengambil keputusan secara lebih baik, sehingga kepuasan mereka tercipta lebih tinggi.

5. Mengembangkan Budaya Kualitas

Upaya untuk membentuk budaya kualitas dapat dilakukan melalui pengembangan suatu program yang terkoordinasi yang diawali dari seleksi dan pengembangan karyawan. Ada delapan program pokok yang saling terkaitguna membentuk budaya kualitas, yaitu pengembangan individual, pelatihan manajemen, perencanaan sumberdaya manusia, standar kinerja, pengembangan karir, survey opini, perlakuan adil dan profit sharing.

6. Menciptakan *Automating Quality*

Otomatisasi dapat mengatasi variabilitas kualitas jasa yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki. Tapi sebelum memutuskan akan melakukan otomatisasi, perusahaan perlu melakukan penelitian secara seksama untuk menentukan bagian yang memerlukan otomatisasi. Perlu dihindari otomatisasi yang mencakup keseluruhan jasa.

7. Menindaklanjuti jasa

Menindaklanjuti jasa dapat membantu memisahkan aspek-aspek jasa yang perlu ditingkatkan.

8. Mengembangkan Sistem Informasi

Kualitas Jasa Sistem informasi kualitas jasa merupakan suatu sistem yang menggunakan berbagai macam pendekatan riset secara sistematis untuk mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi kualitas jasa guna mendukung pengambilan keputusan.

Loyalitas

Menurut Rangkuti (2002:60), Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap perusahaan, merek maupun produk. Sutisna (2003:41) mendefinisikan loyalitas adalah sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu. Menurut Tjiptono (2004:110), “loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang”. Menurut Durianto, dkk (2001:4), konsumen yang loyal pada umumnya akan melakukan pembelian merek tersebut walaupun dihadapkan pada banyak alternatif merek produk pesaing yang menawarkan karakteristik produk yang lebih unggul dipandang dari berbagai sudutnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian penjelasan (*explanatory research*), karena penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan hubungan kausal (sebab-akibat) antar variabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data menggunakan statistik.

Menurut Sugiyono (2008:7) “pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang didasarkan pada angka atau data kualitatif yang di angkakan”.

Identifikasi Variabel

Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Variabel bebas atau *independent variabel* yang disimbolkan dengan X, yang terdiri atas: Bukti Fisik (*Tangibles*) (x_1), Keandalan (*Reliability*) (x_2), Daya Tanggap (*Responsiveness*)(x_3),Jaminan (*Assurance*)(x_4)dan Empati (*Empathy*)(x_5)
2. Variabel terikat atau *dependent variabel* yang disimbolkan dengan Y, yaitu Loyalitas (Y).

Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan dari seluruh elemen atau individu – individu yang merupakan sumber informasi dalam suatu riset (Arikunto, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bengkel Poer Variasi Jember. Sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 60 responden yang diperoleh dari jumlah seluruh variabel indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah 6 indikator dikalikan dengan 10 ($6 \times 10 = 60$). Dari hasil perhitungan rumus di atas dapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 60 responden.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Ghazali (2013:52) menyatakan bahwa mengukur validitas dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Jika hasil menunjukkan tidak valid maka peneliti dapat melakukan perbaikan dengan pernyataan baru atau menghapus beberapa pernyataan tersebut.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauhmana kuesioner yang diajukan dan dilakukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap objek yang sama pada waktu yang berlainan. Suatu kuesioner disebut mempunyai reliabilitas tinggi atau dipercaya jika kuesioner itu stabil dan dapat diandalkan sehingga penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa (Ghozali 2013:48). Sesuai yang disyaratkan oleh Nunnally (dalam Ghozali 2013:48) bahwa suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60. Jika didapati hasil uji reliabilitas tidak reliabel maka akan dilakukan perbaikan pada kuesioner dan melakukan pengambilan data ulang atau mengabaikan data yang tidak reliabel itu.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Dalam analisis regresi, variabel yang mempengaruhi disebut independen variabel (variabel bebas) dan variabel yang dipengaruhi disebut dependent variabel (variabel terikat). Untuk mengetahui pengaruh Bukti Fisik (Tangibles) (x1), Keandalan (Reliability) (x2), Daya Tanggap (Responsiveness)(x3), Jaminan (Assurance)(x4) dan Empati (Empathy)(x5) dan loyalitas (Y), digunakan analisis regresi linier berganda sebagai berikut (Ghozali, 2013:277) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e_i$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif Responden

Karakteristik responden digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai data demografi responden (usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan frekuensi berkunjung). Responden penelitian adalah konsumen Bengkel Poer Variasi Jember. Adapun jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan adalah 60 orang. Berikut ini disajikan statistik demografi responden yang merupakan Konsumen Bengkel Poer Variasi Jember.

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa responden penelitian ini sebagian besar adalah berjenis kelamin laki-laki sebanyak 41 orang (68,3%). Dari sisi usia dapat diketahui bahwa sebagian besar berusia 30 – 50 tahun sebanyak 36 orang (60,0%). Dari sisi latar belakang pekerjaan, dapat diketahui sebagian besar responden bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI (24 orang atau 40,0%). Sedangkan dari sisi frekuensi

berkunjung ke Bengkel Poer Variasi Jember dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berkunjung 1 – 2 kali sebanyak 31 orang (51,7%). Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah konsumen Bengkel Poer Variasi Jember dengan jenis kelamin laki-laki, berusia kurang dari 30 – 50 tahun, latar belakang pekerjaan sebagai PNS/TNI/POLRI, dan memiliki frekuensi berkunjung antara 1 – 2 kali.

Hasil Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur (dalam hal ini kuesioner) melakukan fungsi ukurnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan korelasi *Pearson Validity* dengan teknik *product moment*. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa masing-masing indikator yang digunakan baik dalam variabel independen (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) maupun variabel dependen (loyalitas) mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,214) serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten. Suatu pertanyaan yang baik adalah pertanyaan yang jelas mudah dipahami dan memiliki interpretasi yang sama meskipun disampaikan kepada responden yang berbeda dan waktu yang berlainan. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, karena memiliki nilai Cronbach Alpha (α) lebih besar dari 0,60. Sesuai yang disyaratkan oleh Ghazali (2013) bahwa suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi linear berganda berguna untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel independen (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) terhadap variabel dependen (loyalitas). Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,580 + 0,182 X_1 + 0,202 X_2 + 0,129 X_3 + 0,189 X_4 + 0,170 X_5$$

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember. Setelah dilakukan pengujian statistik secara parsial (individu) dengan menggunakan uji t, maka analisis lebih lanjut dari hasil analisis regresi adalah sebagai berikut.

Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Loyalitas Konsumen

Adanya pengaruh positif bukti fisik terhadap loyalitas. Hasil penelitian menyatakan bahwa koefisiensi regresi untuk variable bukti fisik sebesar 0,182 dengan tingkat t hitung $X_1 < @$ yaitu $0,042 < 0,05$ dari hasil perhitungan statistic dapat diartikan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variable bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas konsumenditerima. Bukti fisik merupakan kemampuan 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 oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Mardikawati dan Farida (2013) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Temuan ini juga didukung oleh Japarianto dkk (2007) menyebutkan bahwa adanya pengaruh langsung dari kualitas layanan terhadap kesetiaan pelanggan. Semakin baik bukti fisik yang ada pada Bengkel Poer Variasi Jember akan meningkatkan loyalitas konsumen. Hasil penelitian yang menyatakan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Poer Variasi Jember didukung oleh penilaian konsumen yang positif terhadap bukti fisik pada Poer Variasi Jember. Penilaian positif konsumen dapat dilihat dari tanggapan konsumen bahwa Bengkel Poer Variasi Jember memiliki ruang tunggu yang memadai, Bengkel Poer Variasi Jember memiliki peralatan yang lengkap, Bengkel Poer Variasi Jember memilikilah parkir yang memadai, Karyawan Bengkel Poer Variasi Jember selalu berseragam saat memberikan pelayanan.

Pengaruh Keandalan Terhadap Loyalitas Konsumen

Adanya pengaruh positif keandalan terhadap loyalitas., Hasil penelitian menyatakan bahwa koefisiensi regresi untuk variable keandalan sebesar 0,202 dengan

tingkat t hitung $X_2 < @$ yaitu $0,017 < 0,05$ dari hasil perhitungan statistic dapat diartikan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variable bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas konsumen diterima. Keandalan merupakan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Mardikawati dan Farida (2013), Aryani dan Rosinta (2010) dan Japariato dkk (2007) menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kesetiaan pelanggan. Semakin baik kehandalan Bengkel Poer Variasi Jember akan meningkatkan loyalitas konsumen. Pengaruh kehandalan yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Bengkel Poer Variasi Jember didukung oleh penilaian konsumen yang positif terhadap kehandalan pada Poer Variasi Jember. Faktor kehandalan yang dinilai baik dapat dilihat melalui Bengkel Poer Variasi Jember melakukan aktivitas kegiatan operasional tepat waktu, Bengkel Poer Variasi Jember mengerjakan jasa *servicesesuai dengan yang diharapkan pelanggan*, Bengkel Poer Variasi Jember menyelesaikan pekerjaan tepat waktu, Bengkel Poer Variasi Jember memberikan pelayanan yang sama kepada semua pelanggan, dan Bengkel Poer Variasi Jember cukup meminimalkan kesalahan dalam pekerjaan.

Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Loyalitas Konsumen

Adanya pengaruh positif daya tanggap terhadap loyalitas. Hasil penelitian menyatakan bahwa koefisiensi regresi untuk variable daya tanggap sebesar 0,129 dengan tingkat t hitung $X_3 < @$ yaitu $0,036 < 0,05$ dari hasil perhitungan statistic dapat diartikan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variable daya tanggap berpengaruh terhadap loyalitas konsumen diterima. Daya tanggap yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Hasil penelitian sesuai dengan teori Qomariah (2012), Japariato dkk (2010) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Semakin baik daya tanggap Bengkel Poer Variasi Jember akan meningkatkan loyalitas konsumen. Pengaruh daya tanggap yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Bengkel Poer Variasi Jember didukung oleh penilaian konsumen yang positif terhadap daya tanggap pada Poer Variasi Jember. Faktor daya tanggap yang dinilai cukup baik dapat dilihat melalui Karyawan Bengkel Poer Variasi Jember cukup sabar dengan keluhan pelanggan, Karyawan Bengkel Poer Variasi Jember merespon dengan baik keluhan pelanggan, Karyawan Bengkel Poer Variasi Jember dapat

menyelesaikan permintaan pelanggan, Karyawan Bengkel Poer Variasi Jember cukup cepat dalam mengatasi keluhan pelanggan, dan Bengkel Poer Variasi Jember menyediakan jasa *service* panggilan.

Pengaruh Jaminan Terhadap Loyalitas Konsumen

Adanya pengaruh positif jaminan terhadap loyalitas. Hasil penelitian menyatakan bahwa koefisiensi regresi untuk variable jaminan sebesar 0,189 dengan tingkat t hitung $X_4 < @$ yaitu $0,020 < 0,05$ dari hasil perhitungan statistic dapat diartikan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variable jaminan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen diterima. Jaminan (assurance) merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Mardikawati dan Farida (2013), Japariato dkk (2007), Aryani dan Rosinta (2010), Maskur dkk (2016) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Semakin baik faktor jaminan pada Bengkel Poer Variasi Jember akan meningkatkan loyalitas konsumen. Pengaruh jaminan yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Poer Variasi Jember didukung oleh penilaian konsumen yang positif terhadap jaminan pada Poer Variasi Jember. Hal ini berarti faktor jaminan yang diukur melalui karyawan Bengkel Poer Variasi Jember menguasai tentang permasalahan mobil dengan baik, karyawan Bengkel Poer Variasi Jember terampil dalam melakukan pelayanan, karyawan Bengkel Poer Variasi Jember menjaga kesopanan dalam berinteraksi, karyawan Bengkel Poer Variasi Jember menjamin keamanan mobil yang di *service*, dan karyawan Bengkel Poer Variasi Jember sering menanyakan kembali kepada pelanggan permasalahan mobil merupakan suatu faktor yang menentukan loyalitas pada Poer Variasi Jember.

Pengaruh Empati Terhadap Loyalitas Konsumen

Adanya pengaruh positif empati terhadap loyalitas. Hasil penelitian menyatakan bahwa koefisiensi regresi untuk variable empati sebesar 0,170 dengan tingkat t hitung $X_5 < @$ yaitu $0,035 < 0,05$ dari hasil perhitungan statistic dapat diartikan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variable empati berpengaruh terhadap loyalitas konsumen diterima. Empati merupakan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan

tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Merdikawati dan Farida (2013), Aryani dan Rosinta (2010), Japarianto dkk (2007), Qomariah (2012), Sutrisno, dkk. (2017), dan Maskur dkk (2016) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Semakin baik faktor empati pada Bengkel Poer Variasi Jember akan meningkatkan loyalitas konsumen. Pengaruh empati yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Poer Variasi Jember didukung oleh penilaian konsumen yang positif terhadap empati pada Poer Variasi Jember. Hal ini berarti faktor empati yang diukur melalui karyawan Bengkel Poer Variasi Jember cukup memberikan perhatian individual, karyawan Bengkel Poer Variasi Jember menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan, karyawan Bengkel Poer Variasi Jember menanggapi pertanyaan pelanggan, dan Bengkel Poer Variasi Jember cukup memahami kebutuhan spesifik pelanggan merupakan suatu faktor yang menentukan loyalitas pada Poer Variasi Jember.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember dengan koefisien 0,182 dan nilai signifikansi $0,042 < 0,05$.
2. Keandalan (*Reliability*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember dengan koefisien 0,202 dan nilai signifikan $0,017 < 0,05$.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember dengan koefisien 0,129 dan nilai signifikan $0,036 < 0,05$.
4. Jaminan (*Assurance*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember dengan koefisien 0,189 dan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$.
5. Empati (*Empathy*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember dengan koefisien 0,170 dan nilai signifikan $0,035 < 0,05$.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, kiranya peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian membuktikan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada Poer Variasi Jember. Hasil menunjukkan bahwa variabel bukti fisik memiliki pengaruh paling dominan yaitu sebesar 0,042 dan variabel kehandalan memiliki pengaruh yang paling rendah yaitu sebesar 0,017, maka hendaknya pihak Poer Variasi Jember selalu mempertahankan hal tersebut, akan tetapi variabel kehandalan memiliki pengaruh paling rendah dalam meningkatkan kualitas, oleh karena itu hendaknya pihak Poer Variasi Jember selalu memperhatikan dan meningkatkan hal-hal yang berkaitan dengan kehandalan, seperti melakukan perawatan sesuai dengan jam kerja, menyelesaikan permintaan pelanggan tepat waktu, dan meminimalkan kesalahan dalam melakukan pelayanan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya dengan tema sejenis hendaknya peneliti selanjutnya lebih memperluas lagi dengan menambah variabel-variabel lainnya yang berhubungan loyalitas konsumen, sehingga dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih baik dalam menjelaskan tentang loyalitas konsumen dan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Rineka Cipta. Jakarta
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. : UNDIP, Semarang.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi ke 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga .
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.

-
- Kotler, Philip, 2008. Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Muhammad Maskur, Nurul Qomariah, Nur Saidah. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia. Volume VI, No. 2, Desember, halaman 212 – 221.
- Prayitno, Duwi, 2010. Paham Analisis Data Statistik Dengan SPSS. Mediakom, Yogyakarta.
- Qomariah, Nurul. 2016. Marketing Adactive Strategy. Jember. Cahaya Ilmu.
- Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Kuantitatid Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Dwi Cahyono, Nurul Qomariah. 2017. Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Serta Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Anggota. JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia). Vol. 7 No. 2 Desember Hal. 157-174.
- Supranto, 2008. Statistik Teori dan Aplikasi. Penerbit Erlangga, Jakarta