



Analisis Pengaruh Pelayanan Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram)

Miftah Ruli Hartanto^{1*}, Sri Darwini¹, Lalu M. Furkan¹

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

Article Info

Received: 20 Oktober 2020

Revised: 26 November 2020

Accepted: 30 November 2020

Abstract: This study aims to determine how the level of customer satisfaction, as well as to determine whether the level of customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty at the Yamaha Adhi Motor Official Workshop in Rembiga Mataram. This type of research is descriptive research and data collection techniques used are questionnaires, interviews, observation, and documentation. This research was conducted at the Yamaha Adhi Motor Workshop in Rembiga Mataram, the data collection technique used a sample survey technique and the determination of respondents using purposive sampling technique where as many as 50 people were made respondents. The data collection tool used in this study was a questionnaire, in which the variables were analyzed qualitatively using a Likert scale and quantitatively using chi square analysis. Based on the research that has been done, it shows that consumers at the Yamaha Adhi Motor Workshop in Rembiga Mataram are 35 people (70%) who are very satisfied with the elements of service provided, 10 respondents (20%) are satisfied, and the remaining 5 people (10%) expressed dissatisfaction. The results of the calculation with the average score of the level of consumer loyalty, as many as 21 people (42%) have a level of loyalty at the Yamaha Adhi Motor Official Workshop are very loyal, 11 people (22%) say they are loyal, while the remaining 18 people (36%) stated loyal enough. Quantitatively, to test the proposed hypothesis and analyze the effect of the independent variable on the dependent variable, the calculation results obtained by the X^2 value is 18.25 and this value is greater than the X^2 table value of 9.49 at $\alpha = 0.05$ and $df = 4$, which proves that customer satisfaction has significant influence on the level of consumer loyalty, because $X^2_h > X^2_t$. Furthermore, it is also known that the level of closeness of the relationship between variables is strong, as evidenced by the contingency coefficient (C) of 0.52, which is close to the C_{maksimal} value of 0.71, which in fact fulfills the requirement that the C value is greater than half the C_{max} value.

Keywords: analysis; pelayanan perusahaan; loyalitas pelanggan

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen, serta untuk mengetahui apakah tingkat kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram, teknik pengumpulan data menggunakan teknik *sample survey* dan penentuan responden menggunakan teknik *purposive sampling* dimana sebanyak 50 orang yang dijadikan responden. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner, yang mana variabelnya dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan *skala likert* dan secara kuantitatif dengan menggunakan analisis *chi square*. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa konsumen pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram sebanyak 35 orang (70%) menyatakan sangat puas akan unsur pelayanan yang diberikan, 10 orang responden (20%) menyatakan puas, dan sisanya 5 orang (10%) menyatakan tidak puas. Hasil perhitungan dengan skor rata-rata tingkat loyalitas konsumen, sebanyak 21 orang (42%) mempunyai tingkat loyalitas pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor adalah sangat loyal, 11 orang (22%) menyatakan loyal, sedangkan sisanya sebanyak 18 orang (36%) menyatakan cukup loyal. Secara kuantitatif, untuk menguji hipotesis yang diajukan dan menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, hasil perhitungan yang diperoleh nilai X^2_{hitung} sebesar 18.25 dan nilai tersebut lebih besar daripada nilai X^2_{tabel} sebesar 9.49 pada $\alpha=0.05$ dan $df=4$, yang membuktikan bahwa kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat loyalitas konsumen, karena $X^2_h > X^2_t$. Selanjutnya diketahui pula bahwa tingkat keeratan hubungan antar variabel adalah kuat, yang dibuktikan dengan koefisien kontingensi (C) sebesar 0.52 mendekati nilai C_{maksimal} 0.71 yang ternyata memenuhi syarat nilai C lebih besar dari setengah nilai C_{maksimal} .

Kata Kunci: analysis; company services; customer loyalty

Email: hartanto_ruli@gmail.com (*Corresponding Author)

Citation: Hartanto, M.R., Darwini, S., & Furkan, (2020). Analisis Pengaruh Pelayanan Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram). *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*. 1(1). 16-22

Introduction

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dewasa ini berdampak pada persaingan dunia usaha yang semakin meningkat, baik perusahaan yang bergerak di bidang industri, perdagangan, maupun jasa (Utami, 2010). Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Tjiptono, dalam Susena, 2015). Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan memerlukan berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai.

Produk yang berkualitas, harga bersaing, dan pelayanan yang memuaskan merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan (Hanila & Hidayat, 2019). Pelanggan kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini penjual harus memberikan kualitas produk yang dapat diterima, karena bila tidak, pelanggan akan segera beralih kepada pesaing (Triana et al., 2017).

Pelanggan dewasa ini sulit dipuaskan. Mereka lebih cerdas, lebih sadar harga, lebih menuntut, kurang memaafkan, dan didekati oleh lebih banyak pesaing dengan tawaran yang sama atau yang lebih baik. Tantangannya adalah bukan menghasilkan pelanggan-pelanggan yang puas; beberapa pesaing dapat melakukan itu. Tantangannya adalah menghasilkan pelanggan-pelanggan yang setia (Haryono, 2015).

Perusahaan perlu memantau lingkungannya yang terus berubah secara terus-menerus dan menyesuaikan strategi pemasarannya untuk menjawab tantangan dan peluang-peluang baru (Putu Rani Susanthi, 2017). Perkembangan lingkungan dapat menyebabkan perubahan pada kebutuhan dan keinginan seseorang (Priyono, 2006). Demikian juga dengan berkembangnya alat transportasi sebagai penunjang aktifitas dan mobilitas masyarakat.

Sepeda motor saat ini merupakan alat transportasi yang paling banyak digunakan. Sepeda motor menjadi pilihan banyak masyarakat karena selain praktis, ekonomis, dan mudah dalam pengoperasiannya juga dalam perawatannya tidak diperlukan biaya yang besar. Untuk perawatan sepeda motor masyarakat bisa melakukan sendiri jika mempunyai pengetahuan yang cukup tentang seluk beluk sepeda motor, atau dapat juga melalui perawatan

berkala di tempat perawatan dan perbaikan sepeda motor komersial.

Perusahaan jasa yang bergerak dibidang pelayanan kendaraan bermotor khususnya sepeda motor di wilayah Mataram kini semakin bertambah dan kompetitif. Ada yang mengusung nama merek produk tertentu sebagai sponsor utama, ada yang bernaung di bawah ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merek) sepeda motor tertentu, dan ada pula yang hanya menggunakan nama pribadi sebagai identitas perusahaan.

Perusahaan jasa pelayanan Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor yang berlokasi di Jl.Dr. Wahidin 58 Rembiga Mataram, merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan/servis sepeda motor yang berdiri sejak 20 Juni 2002. Bengkel yang buka setiap hari Senin sampai Sabtu dari pukul 08.00 sampai 17.00 WITA ini telah didukung dengan berbagai fasilitas dan sarana yang lengkap yang tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kepuasan dan mempertahankan loyalitas pelanggan pemakai jasa servis sepeda motor di Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram. Sehingga beralihnya pelanggan ke perusahaan pesaing dapat dihindarkan dan tujuan perusahaan akan tercapai.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, terciptanya loyalitas pelanggan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan, laba yang diperoleh dapat meningkat.

Adhi Motor adalah salah satu Bengkel Resmi Yamaha yang mendapatkan penghargaan bergengsi "The Best Bengkel Periode 2007" dan satu-satunya Bengkel Resmi Yamaha yang mendapat penghargaan tersebut di wilayah Nusa Tenggara Barat. Dan keberhasilan itu tidak lepas dari kerja keras perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk menciptakan kepuasan dan nilai lebih bagi konsumennya yang kemudian akan menimbulkan loyalitas pelanggan.

Pelanggan yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya

mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada. Jadi mempertahankan pelanggan sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Konsumen pengguna jasa servis sepeda motor pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram mengalami fluktuasi. Jumlah konsumen terbanyak terjadi pada bulan September 2019 yaitu sebanyak 790 orang. Menurut informasi dari pihak bengkel Adhi Motor lonjakan konsumen ini terjadi dikarenakan pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan puasa (ramadhan) dan menjelang libur panjang lebaran idul fitri sehingga banyak konsumen yang melakukan servis sepeda motornya untuk persiapan mudik.

Sedangkan jumlah konsumen terkecil terjadi pada bulan Maret 2019 sebesar 560 orang, turun -23.57%. Penurunan tajam ini disebabkan karena pada bulan tersebut bertepatan dengan beberapa hari besar keagamaan seperti Maulid nabi Muhammad SAW, Wafat Isa almasih, dan hari raya Nyepi. Sehingga konsumen lebih sibuk untuk persiapan hari besar masing-masing.

Sejak bulan April 2019 sampai bulan Juli 2019 terjadi peningkatan yang sangat berarti dibandingkan dengan jumlah peningkatan pada bulan-bulan sebelumnya. Hal ini lebih disebabkan oleh peningkatan jumlah sepeda motor yang ada di wilayah Mataram dan sekitarnya yang secara tidak langsung juga ikut andil dalam penambahan pangsa pasar bengkel sepeda motor termasuk pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor. Namun penurunan juga terjadi pada bulan-bulan tertentu seperti pada bulan Agustus yang mengalami penurunan sebesar -19,10% yang penyebabnya selain faktor eksternal yaitu adanya persaingan perebutan konsumen antar pemilik bengkel, beragamnya tingkat pendidikan konsumen dan pengaruh sosial budaya yang membuat tuntutan dan pilihan konsumen semakin beragam dan meningkat, juga karena faktor internal yaitu kurang puasnya konsumen terhadap sarana dan prasarana pendukung di bengkel Adhi Motor serta menurunnya tingkat pelayanan yang diberikan oleh bengkel Adhi Motor yang menyebabkan sulitnya mewujudkan konsumen yang loyal, sehingga kelengahan tersebut dimanfaatkan oleh pesaing untuk merebut pasar.

Untuk mengetahui lebih jauh tentang pelayanan bagi konsumen sehingga tercapai tingkat kepuasan dan akhirnya mendapatkan loyalitas pelanggan pada jasa servis/repairasi sepeda motor maka penulis merasa perlu untuk mengadakan penelitian tentang pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram serta untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan dan loyalitas para pelanggan. Dengan adanya

pengukuran loyalitas ini maka perusahaan bisa menentukan prioritas perbaikan kualitas pelayanan.

Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor sesuai dengan harapan pelanggan sehingga akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan lebih tinggi lagi dan jumlah pelanggan menjadi relatif lebih banyak.

Method

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian tersebut dilaksanakan. Penelitian ini dilakukan di Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor yang berlokasi di Jl. Dr. Wahidin No.58 Rembiga Mataram.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna jasa pelayanan bengkel resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram, karena jumlahnya yang besar maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah sample survey yaitu prosedur dimana hanya sebagian dari populasi saja yaitu hanya mencakup sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah orang-orang yang menggunakan jasa servis/pelayanan pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram. Adapun yang menjadi responden adalah sampel yang terpilih (pelanggan) yaitu konsumen yang telah menerima jasa pelayanan Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram lebih dari satu kali, sehingga mereka dapat memberikan tanggapan tentang apa yang mereka rasakan dan peroleh saat atau setelah mendapatkan jasa layanan Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Angket yaitu seperangkat pertanyaan yang disusun oleh peneliti yang diajukan kepada responden baik secara langsung maupun menitipkan angket pada perusahaan untuk diisi oleh konsumen; 2) Wawancara yaitu mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pimpinan atau staf Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor dan dengan para responden tentang hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti atau berdasarkan daftar pertanyaan (kuisisioner) guna memperoleh data atau informasi yang diperlukan; 3) Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung untuk mengetahui secara jelas pelayanan yang diberikan oleh obyek penelitian yaitu Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor kepada para konsumennya; 4) Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencatat dokumen perusahaan yang diperlukan dalam penelitian ini

Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur nilainya secara langsung. Adapun data kualitatif dalam penelitian ini adalah tanggapan konsumen mengenai tingkat pelayanan dari aspek kinerja yang dirasakan dan aspek kinerja yang diharapkan, apakah telah mampu memenuhi tingkat kepuasan konsumen sehingga diharapkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen; 2) Data kuantitatif adalah data yang dapat diukur nilainya secara langsung, seperti jumlah karyawan dan data jumlah pengunjung periode tertentu

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : 1) Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari konsumen dan pihak perusahaan (sumber asli) mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian, seperti tanggapan konsumen yang berkunjung ke Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor, jumlah karyawan, serta hasil tanggapan konsumen atas pelayanan yang diberikan; 3) Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) baik melalui literatur-literatur, media perantara atau dari instansi terkait yang ada hubungannya dengan masalah penelitian yang dilakukan

Peneliti menggunakan analisis *chi square* untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pelayanan di tijau dari unsur-unsur kualitas pelayanan seperti : *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram. Selanjutnya peneliti menggunakan uji koefisien kontingensi untuk mengetahui tingkat ketergantungan atau derajat kontingensinya. Setelah pengujian dilakukan H_0 ditolak dan H_a diterima, maka analisis dapat dilanjutkan dengan mengukur keeretan antar variabel menggunakan analisis koefisien kontingensi (C) dengan rumus (Djarwanto, 1984 : 318) :

$$C = \sqrt{\frac{X^2 h}{X^2 h + N}} ; C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

Dimana :

C = Koefisien kontingensi

$X^2 h$ = Nilai chi kuadrat hitung

N = Jumlah sampel

m = banyak baris atau kolom yang terkecil pada tabel kontingensi.

Apabila nilai C melebihi setengahnya nilai $C_{maksimal}$ maka pelayanan mempunyai pengaruh kuat terhadap loyalitas pelanggan, sebaliknya jika nilai C kurang dari setengahnya nilai $C_{maksimal}$ maka pelayanan berpengaruh sangat lemah terhadap loyalitas pelanggan.

Result and Discussion

Pada penelitian ini dilakukan analisis untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen atas setiap pelayanan yang ditawarkan oleh Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram serta untuk mengetahui pengaruh ke lima dimensi kualitas jasa (*Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*) terhadap loyalitas konsumen.

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Setiap Unsur Pelayanan Yang Diberikan Oleh Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram

Untuk membuktikan hipotesa pertama mengenai tingkat kepuasan konsumen memakai jasa bengkel sepeda motor, maka akan digunakan analisis kualitatif dengan menentukan Indeks Kepuasan Konsumen (IPK). Adapun maksud dari rumusan indeks kepuasan konsumen adalah jumlah rata-rata skor kinerja perusahaan di bagi dengan rata-rata skor harapan konsumen pemakai jasa Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor sehingga peneliti nantinya dapat membuat kesimpulan apakah responden tergolong sangat puas (jika nilai IPK > 1), puas (jika nilai IPK = 1) atau tidak puas (jika nilai IPK < 1). Berikut ini adalah data yang sudah diolah oleh peneliti yang dinyatakan dengan angka, baik harapan responden maupun kinerja aktual Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen Atas Setiap Pelayanan Yang Diberikan Oleh Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram.

No	Unsur Pelayanan	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja	IPK	Kriteria
1	<i>Tangibles:</i>				
	a. kemudahan menjangkau lokasi	4.2	4.7	1.12	Sangat puas
	b. kenyamanan tempat pelayanan	4.4	4.5	1.02	Sangat puas
	c. kelengkapan fasilitas servis	4.3	4.7	1.09	Sangat puas
2	<i>Reliability:</i>				
	a. keterampilan mekanik	4.3	4.5	1.05	Sangat puas

No	Unsur Pelayanan	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja	IPK	Kriteria
3	b. biaya servis	4.2	4.2	1.0	Puas
	c. pengetahuan mekanik	4.4	4.5	1.02	Sangat puas
	<i>Responsiveness:</i>				
4	a. kecepatan mekanik	4.1	4.2	1.02	Sangat puas
	b. ketanggapan karyawan	4.4	4.4	1.0	Puas
	c. pelayanan bersahabat dan profesional	4.2	4.3	1.02	Sangat puas
5	<i>Assurance:</i>				
	a. karyawan yang dapat dipercaya	4.3	4.4	1.02	Sangat puas
	b. ketersediaan spare part	4.6	4.5	0.98	Tidak puas
5	c. keaslian spare part	4.6	4.7	1.02	Sangat puas
	<i>Emphaty:</i>				
	a. perhatian karyawan terhadap konsumen	4.1	4.1	1.0	Puas
5	b. keramahan karyawan	4.4	4.4	1.0	Puas
	c. komunikasi karyawan dengan konsumen	4.2	4.2	1.0	Puas
Rata - rata		4.3	4.4	1.02	Sangat puas

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa umumnya setiap pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor dapat dikatakan sangat memuaskan. Hal ini ditunjukkan oleh perbandingan total skor rata-rata harapan responden sebesar 4.3 dan kinerja aktual 4.4 sehingga jika dimasukkan dalam rumus IPK akan menunjukkan nilai akhir yaitu sebesar 1.02 dan nilai tersebut dapat kita ketahui bahwa $IPK > 1$ yang artinya nilai itu masuk dalam kategori sangat puas. Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata responden merasa sangat puas baik itu harapan ataupun pada kinerja Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram.

Dari penelitian yang dilakukan terdapat hampir seluruh variabel pelayanan yang diberikan mendapatkan kategori sangat memuaskan sehingga tugas Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor untuk tetap berinovasi guna meraih pelanggan yang lebih banyak lagi. Berbagai atribut yang tergolong memuaskan konsumen perlu dipertahankan dengan baik agar konsumen nantinya diharapkan menjadi loyal terhadap Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor, namun harus tetap ada perbaikan-perbaikan yang dilakukan pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor untuk lebih menjadi lebih baik lagi karena seperti yang kita tahu bahwa keinginan konsumen selalu mengalami perubahan-perubahan.

Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Yang Diberikan Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram

Setelah dilakukan penelitian terhadap 50 orang responden untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka pada bagian ini akan dibahas mengenai jumlah responden yang memiliki tanggapan sangat puas, puas, dan tidak puas yang ditampilkan secara sistematis pada Tabel dibawah ini.

Tabel 2. Tingkat Kepuasan Secara Umum Terhadap Unsur Pelayanan Yang Ditawarkan Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram.

Tingkat Kepuasan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Sangat Puas	35	70
Puas	10	20
Tidak Puas	5	10
Jumlah	50	100

Berdasarkan Tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 35 orang responden (70%) mempunyai tingkat kepuasan yang sangat puas. Dengan kata lain mereka sangat puas dengan unsur pelayanan yang ditawarkan Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor. Sementara itu 10 orang responden (20%) menyatakan puas akan unsur pelayanan yang diberikan, dan sisanya sebanyak 5 orang responden (10%) menyatakan tidak puas. Berdasarkan data tersebut sudah cukup dapat memberikan kepuasan bagi para konsumen dan juga bagi pihak manajemen untuk terus meningkatkan pelayanan agar tingkat konsumen yang merasa sangat puas dapat bertambah.

Tingkat Loyalitas Pelanggan Pemakai Jasa Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram

Selanjutnya pada bagian ini akan dibahas mengenai loyalitas Pelanggan Pemakai Jasa Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor seperti tampak pada Tabel berikut ini.

Tabel 3. Tingkat Loyalitas Pelanggan Pemakai Jasa Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor Di Rembiga.

No	Tingkat Loyalitas	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Loyal	21	42
2	Loyal	11	22
3	Cukup Loyal	18	36
4	Kurang Loyal	-	-
5	Tidak Loyal	-	-
Jumlah		50	100

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa dari 50 orang responden terdapat 21 orang responden (42%) yang mempunyai loyalitas sangat tinggi terhadap Bengkel Adhi Motor, kemudian diikuti oleh konsumen yang loyal sebanyak 11 orang responden (22%), dan sisanya konsumen yang cukup loyal sebanyak 18 orang responden (36%). Dari Tabel juga dapat dilihat tidak ada seorangpun yang masuk dalam kategori kurang loyal dan tidak loyal, hal ini sudah cukup untuk menjelaskan bahwa perusahaan sudah dapat menciptakan loyalitas bagi konsumennya, meskipun demikian perusahaan harus tetap meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen.

Selanjutnya untuk mengetahui sejauh mana pengaruh (*dependensi*) serta keeratan hubungan antara tingkat kepuasan yang telah dirasakan dengan loyalitas konsumen, maka perlu dilakukan analisis kuantitatif untuk membuktikan hipotesa kedua. Untuk itu akan digunakan alat analisis *Chi Square (X²)* guna mengetahui *dependensi* antar variabel-variabel yang diteliti. Kemudian dilanjutkan dengan *uji koefisien kontingensi* untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel-variabel tersebut dan kemudian menarik kesimpulan.

Berikut hasil pengamatan antara tingkat kepuasan konsumen dengan loyalitas seperti pada Tabel 4:

Tabel 4. Tingkat Kontingensi Frekuensi Antara Tingkat Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor Di Rembiga Mataram

Kepuasan Konsumen	Tingkat Loyalitas Pelanggan					Jumlah
	Sangat Loyal	Loyal	Cukup Loyal	Kurang Loyal	Tidak Loyal	
Sangat Puas	20	6	9	0	0	35
Puas	1	5	4	0	0	10
Tidak Puas	0	0	5	0	0	5
Jumlah	21	11	18	0	0	50

Berdasarkan Tabel diatas terdapat kolom yang mempunyai frekuensi nol yaitu kolom kurang loyal dan tidak loyal, sehingga kolom tersebut disederhanakan menjadi 3x3 Tabel, Tabel tersebut disederhanakan menjadi Tabel 5.

Tabel 5. Tabel Kontingensi yang Disederhanakan, Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram

Kepuasan Konsumen	Tingkat Loyalitas Pelanggan			Jumlah
	Sangat Loyal	Loyal	Cukup Loyal	
Sangat Puas	20	6	9	35
Puas	1	5	4	10
Tidak Puas	0	0	5	5
Jumlah	21	11	18	50

Setelah diuji dengan membandingkan besarnya nilai X^2_{hitung} dengan X^2_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima karena $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$ ($18.25 > 9.49$). Ini berarti bahwa kepuasan konsumen memang mempunyai hubungan yang erat dan pengaruh terhadap tingkat loyalitas pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram. Dan untuk mengetahui kuat tidaknya pengaruh tingkat kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, maka ditentukan derajat kontingensi kedua variabel tersebut dan membandingkan hasil C yang diperoleh dengan $C_{maksimal}$, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$C = \sqrt{\frac{X^2 h}{X^2 h + N}}; \quad C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$C = \sqrt{\frac{18.25}{18.25 + 50}} = 0.52 \quad C_{maks} = \sqrt{\frac{2-1}{2}} = 0.71$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa ternyata nilai C mendekati nilai $C_{maksimal}$ atau nilai C lebih dari setengah nilai $C_{maksimal}$ yaitu $0.52 > 0.35$ ($C_{maks}=0.71$) maka dapat dikatakan bahwa tingkat ketergantungan antara variabel independen (kepuasan konsumen) dengan variabel dependen (tingkat loyalitas konsumen) adalah **kuat**.

Setelah dilakukan analisa terhadap 50 orang responden pemakai jasa Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor di Rembiga Mataram, dapat diketahui bahwa terdapat tiga tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumennya.

Dari Tabel 24 diketahui bahwa konsumen yang tergolong sangat puas yaitu sebanyak 35 orang responden (70%), konsumen yang merasa puas sebanyak 10 orang (20%), disamping itu juga terdapat konsumen yang tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor yaitu sebanyak 5 orang responden (10%). Hal ini disebabkan oleh kinerja perusahaan yang lebih kecil dibandingkan dengan harapan para konsumennya. Namun secara umum dapat dikatakan bahwa konsumen puas dengan atribut yang ditawarkan oleh pihak perusahaan. Hal ini terlihat dari perbandingan antara konsumen yang sangat puas dan konsumen yang puas sebesar 40 orang (80%) dengan konsumen yang tidak puas sebesar 5 orang (10%). Meskipun demikian perusahaan harus lebih meningkatkan kinerjanya sehingga nantinya perusahaan dapat tetap

bertahan dalam kondisi persaingan yang semakin ketat dengan upaya pencapaian laba jangka panjang melalui kepuasan konsumen.

Melalui perhitungan dengan menggunakan alat analisis *Chi square* dengan derajat kebebasan *degree of freedom (df)* sebesar 4 dan *level of significant* ($\alpha=0.05$) didapat nilai *chi square* sebesar 9.49, dimana X^2_{hitung} 18.25 lebih besar dari X^2_{tabel} yaitu 9.49 sehingga hipotesa yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara tingkat kepuasan konsumen terhadap *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* dengan loyalitas konsumen dapat diterima.

Pengujian selanjutnya dengan uji koefisien kontingensi (C) untuk menarik kesimpulan apakah ada hubungan yang kuat antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen. Untuk menguji kedekatan hubungan antara variabel ini adalah dengan cara membandingkan antara nilai C dengan $C_{maksimal}$. Dari perhitungan didapat nilai C sebesar 0.52 dimana nilai ini mendekati setengah dari nilai $C_{maksimal}$ sebesar 0.35 ($C_{maks} = 0.71$) sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antar kedua variabel adalah kuat. Unsur pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) yang ditawarkan oleh Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor mempunyai hubungan yang signifikan dan positif atas kepuasan konsumen sehingga menciptakan loyalitas konsumen. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor maka semakin tinggi kepuasan serta loyalitas konsumen yang diperoleh, begitu juga sebaliknya jika pelayanan yang diberikan tidak baik maka kepuasan konsumen akan rendah dan kemungkinan konsumen yang loyal juga sangat kecil

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa : 1) Hasil analisis kualitatif menunjukkan bahwa konsumen yang menggunakan jasa pelayanan pada Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor menunjukkan kategori sangat puas terhadap semua unsur pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Sedangkan tingkat loyalitas konsumen terhadap Bengkel Resmi Yamaha Adhi Motor menunjukkan bahwa tingkat loyalitas konsumen terhadap perusahaan menunjukkan kategori loyal. 2) Analisis kuantitatif dengan menggunakan uji *chi square* (X^2) menunjukkan bahwa terdapat ketergantungan (dependensi) yang signifikan antara tingkat kepuasan konsumen terhadap unsur pelayanan yang ditawarkan perusahaan dengan loyalitas pelanggan dan dari hasil analisis koefisien kontingensi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kedua variabel tersebut.

References

- Hanila, S., & Hidayat, R. (2019). Hubungan Harga Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Toko Perlengkapan Baju Sekolah Elis Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 50–57. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v7i1.700>
- Haryono, T. (2015). Pentingnya Menjaga Dan Meningkatkan Hubungan Baik Dengan Konsumen Dalam Masa Krisis. *JEJAK: Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan*, 3(1), 75–82. <https://doi.org/10.15294/jejak.v3i1.4666>
- Priyono, E. (2006). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Memilih Kafe di Kota Surakarta. *Benefit*, 10(1), 49–65.
- Putu Rani Susanthi. (2017). Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus Stie Galileo Batam). *Jurnal Elektronik Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 30–42.
- Susena, K. C. (2015). Analisis Hubungan Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Candra Motor Di Kaur Utara Kabupaten Kaur. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 29–45. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v2i1.3>
- Triannah, L., Pranitasari, D., & Zahrani Marichs, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(01), 105–122. <https://doi.org/10.36406/jemi.v26i01.201>
- Utami, S. S. (2010). Pengaruh Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Bisnis Setyaningsih Sri Utami Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 8(1), 61–67.