

Pengukuran Kualitas Layanan untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di PT Mimosa Putra Abadi

Fitra Aprilindo Sase^a, Angelia Merdiyanti^b

^{a,b} Politeknik STMI Jakarta, Indonesia

fitraaprilindosase@stmi.ac.id^a, angelia@stmi.ac.id^b

Abstrak

PT Mimosa Putra Abadi mengalami permasalahan yaitu rendahnya unit *entry service* sepanjang tahun 2021, hanya pada bulan Februari yang melebihi target. Permasalahan ini diduga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan terhadap loyalitas dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan pada PT Mimosa Putra Abadi dengan objek penelitian adalah pengguna layanan servis, serta dilaksanakan selama tujuh bulan dimulai dari bulan April hingga November 2022. Penentuan besaran sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dan diperoleh perhitungan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner dengan merespons pernyataan skala likert 1-6. Uji kelayakan instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan metode analisis jalur yang diawali dengan analisis deskriptif responden, selanjutnya analisis asumsi klasik berupa uji normalitas dan homogenitas. Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji t yang selanjutnya melakukan uji sobel. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan pengujian Sobel didapati bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelayanan memiliki nilai yang lebih kuat bila melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Abstract

PT Mimosa Putra Abadi experienced a problem of low entry service units throughout 2021, only in February that exceeds the target. This problem is allegedly influenced by the service quality and customer satisfaction. This research aims to know the impact of service quality on customer satisfaction, customer satisfaction on customer loyalty, service quality on loyalty and the influence of service quality on customer loyalty through customer satisfaction. This research was conducted at PT Mimosa Putra Abadi with the research object user of service and is conducted for seven months from April to November 2022. Determination of sample size using non-

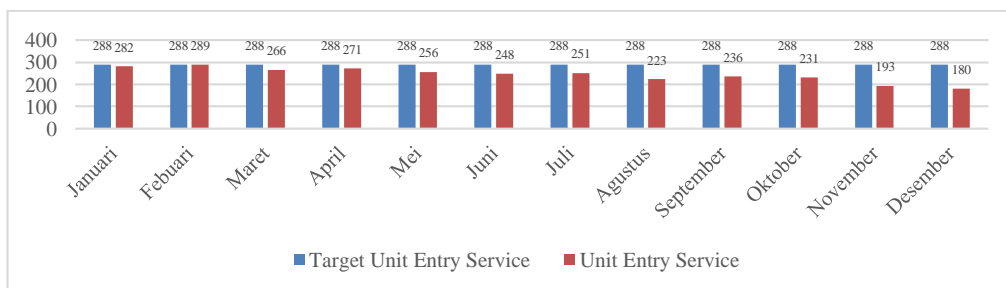
probability sampling method and obtained calculation of sample counts are 100 respondents. Sample selection using purposive sampling method. Data collection using questionnaire instruments by responding to 1-6 likert scale statements. Instrument eligibility test using validity and reliability test. Data analysis uses path analysis methods that begin with descriptive analysis of respondents, further analysis of classical assumptions in the form of testing of normality and homogeneity. Hypothesis test is done using the test *t* which subsequently performs sobel test. The results of this study found that the quality of service impact on customer satisfaction has positive and significant influence, the impact of customer satisfaction on customer loyalty has positive and significant influence, the effect of quality service on customer loyalty has positive and significant influence. Based on Sobel testing it is found that the quality of service on service loyalty has a stronger value when through customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

1. Pendahuluan

Penjualan mobil di Indonesia mengalami perubahan yang cukup berarti sepanjang 3 tahun terakhir terhitung dari tahun 2018 (GAIKINDO, 2022). Wabah COVID-19 yang mulai muncul di Indonesia pada tahun 2020 juga memberi dampak penurunan penjualan mobil dibanding tahun 2019, namun pada akhir tahun 2021 penjualan mobil meningkat baik dibanding tahun 2020. Perubahan penjualan mobil tersebut merupakan cerminan dari penjualan retail sales yang dilakukan oleh *dealer* mobil seluruh *brand* di Indonesia. PT Mimosa Putra Abadi adalah salah satu *dealer* mobil yang ikut berkontribusi pada penjualan retail *sales* dari *brand* Nissan Datsun. Selain melakukan aktivitas bisnis penjualan, PT Mimosa Putra Abadi juga melakukan aktivitas bisnis purna jual seperti servis dan penjualan *sparepart*.)

Kinerja dari aktivitas bisnis purna jual akan tinggi apabila *pelanggan* banyak dan rutin menggunakan layanan purna jual. Agar dapat memperoleh kinerja yang baik, perusahaan mengupayakan strategi orientasi pelanggan dengan tujuan akhir agar *customer* menjadi loyal. Loyalitas *customer* dapat terbangun dari tingkat kepuasan pelanggan yang baik. Hasil penelitian Rasheed et. al. mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di antaranya adalah kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan dan kepercayaan (Rasheed et al., 2015). Berdasarkan buku yang ditulis oleh Parasuraman et al. menjelaskan bahwa kualitas pelayanan (SERVEQUAL) dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pembentukan loyalitas pelanggan (Parasuraman et al., 1988).



Gambar 1. Unit Entry Service Dibanding Dengan Target Unit Entry Service tahun 2021

Sepanjang tahun 2021 pencapaian unit entry service dapat di simpulkan tidak baik, karena hanya pada bulan Februari (289) saja yang melebihi target, data tersebut juga diduga merupakan masalah pada loyalitas pelanggan. Selain itu, berdasarkan data keluhan dan saran pelanggan servis pada PT Mimosa Putra Abadi, keluhan dan saran terkait kualitas pelayanan mendapatkan persentase tertinggi sebanyak 85% dari 144 data. Ragam keluhan dan saran yang banyak disampaikan di antaranya adalah terkait pekerjaan servis, fasilitas servis, dan keramahan pelanggan.

Hasil penelitian lain menunjukkan hal bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas (Umar, 2014). Pada penelitian tersebut mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan berikutnya kepuasan pelanggan yang baik dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Berdasarkan Kotler dalam Sangadji dan Sopiah juga menyampaikan bahwa kualitas pelayanan dapat menjadi dorongan bagi pelanggan untuk menciptakan ikatan yang kuat dengan perusahaan melalui kepuasan pelanggan (Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, 2013). Hasil penelitian Nguyen et al. juga menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dapat tercipta dari kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan terbentuk dari kualitas pelayanan (Nguyen et al., 2020). Penemuan lainnya juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan (Supriyanto et al., 2021).

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah: 1) Apakah terdapat pengaruh langsung secara signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?, 2) Apakah terdapat pengaruh langsung secara signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?, 3) Apakah terdapat pengaruh langsung secara signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan?, 4) Apakah terdapat pengaruh langsung secara signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?.

Parasuraman menyatakan kualitas pelayanan (SERVEQUAL) sangat berkaitan dengan kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Hasil penelitian Nguyen et al. menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability, responsiveness, service capacity, empathy, tangibility* memiliki korelasi dan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Nguyen et al., 2020). Hasil penelitian lain Joudeh dan Dandis pada 860 *customer* berbagai macam *service provider* internet di Amman-Jordan menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Joudeh & Dandis, 2018).

Penelitian yang dilakukan Agyapong “*The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry*” disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada industri utilitas di Ghana (Agyapong, 2011). Ali et al. pada penelitiannya untuk menilai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan terhadap 111 partisipan menunjukkan dimensi kualitas pelayanan (*empathy, responsiveness, assurance, and tangible*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Ali et al., 2021)

H1: Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mimosa Putra Abadi

Hasil penelitian Nguyen et al. yang dilakukan pada perbankan Vietnam menunjukkan hasil bahwa kepuasan pelanggan memiliki korelasi dan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Nguyen et al., 2020). Hasil penelitian lain Joudeh dan Dandis pada 860 *customer* berbagai macam *service provider* internet di Amman-Jordan menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Joudeh & Dandis, 2018).

Penelitian Odunlami mengenai *“Impact of Customer Satisfaction and Customer Retention on Customer Loyalty”* menunjukkan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan bank di Oyo, Nigeria (Odunlami, 2014).

H2: Terdapat pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Mimosa Putra Abadi

Kualitas mampu meningkatkan penjualan, meningkatkan dominasi pasar dan membawa konsumen ke dalam tahap kesetiaan. Ketika perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan maka keinginan pelanggan untuk membeli (pembelian pertama atau pembelian ulang) juga akan meningkat. Dengan demikian meningkatnya kualitas pelayanan akan berjalan beriringan dengan meningkatnya kesetiaan pelanggan (Hasan, 2013).

Penelitian Wantara mengenai *“The Relationship among Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Library Services”* diperoleh kesimpulan bahwa Terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (Wantara, 2015).

H3: Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Mimosa Putra Abadi

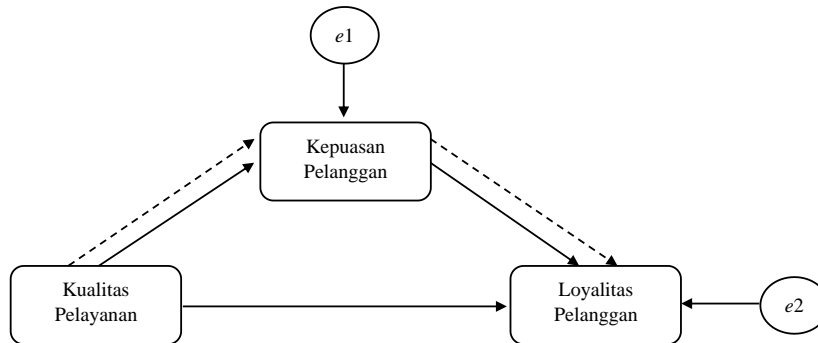
Parasuraman menyatakan bahwa kualitas pelayanan (SERVEQUAL) dapat membentuk loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan menerima pelayanan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan. Apabila pelanggan menerima pelayanan yang melampaui harapannya, kualitas pelayanan dianggap sebagai kualitas yang ideal atau memuaskan. Kualitas yang memuaskan tersebut memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kuat dengan perusahaan yang tercermin dengan sikap pembelian ulang. Dalam jangka panjang hubungan seperti ini menciptakan loyalitas pelanggan bagi perusahaan. Penelitian Osman mengenai *“Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural Tourism”* diperoleh kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan terbukti menjadi perantara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan (Osman & Sentosa, 2013).

Hasil penelitian Supriyanto et al. dengan judul *“Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers”* menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan (Supriyanto et al., 2021).

H4: Terdapat pengaruh signifikan tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Mimosa Putra Abadi.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian terapan, penelitian ini juga merupakan jenis penelitian asosiatif kausal untuk meneliti apakah perubahan nilai dalam suatu variabel menyebabkan perubahan nilai dalam variabel lain dengan metode pengujian yaitu analisis jalur (path analysis). Pengumpulan data primer dilakukan melalui metode survei dengan teknik kuesioner dengan skala likert (1-6) yang disebarakan kepada pelanggan servis di Dealer Nissan Datsun Bekasi Barat.



Gambar 2. Model Penelitian

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Kode Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan	X	Reliabilitas (<i>reliability</i>)
		Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)
		Jaminan (<i>assurance</i>)
		Empati (<i>empathy</i>)
		Bukti fisik (<i>tangibles</i>)
Kepuasan Pelanggan	M	Kesesuaian harapan
		Minat kunjung Kembali
		Kesediaan merekomendasikan
Loyalitas Pelanggan	Y	Melakukan pembelian secara teratur.
		Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa.
		Menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik produk/jasa sejenis dari pesaing

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan servis pada Dealer Nissan Datsun Bekasi Barat dengan jumlah populasi tidak diketahui (*unknown population*). Penentuan besaran sampel pada penelitian ini menggunakan teknik non-probability

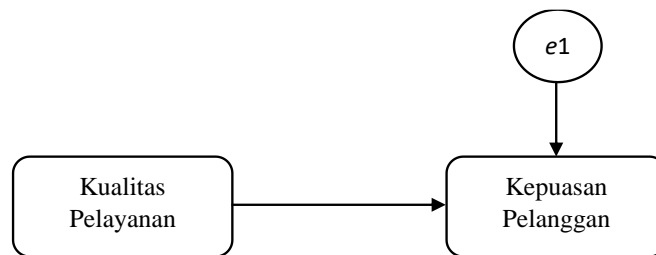
sampling dengan pemilihan sampel menggunakan metode purposive sampling berdasarkan karakteristik sampel yaitu pelanggan servis pada Dealer Nissan Datsun Bekasi Barat dengan minimal dua kali melakukan servis baik servis berkala maupun general repair pada dealer tersebut. Besaran sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui (Silalahi, 2015). Ketentuan perhitungan menggunakan nilai $\alpha=5\%$, nilai proporsi 0,5, dan nilai sampling eror 10%, sehingga didapati hasil perhitungan sebesar 96,04 sampel, namun dibulatkan menjadi 100 sampel.

2.1 Metode Pengujian Data

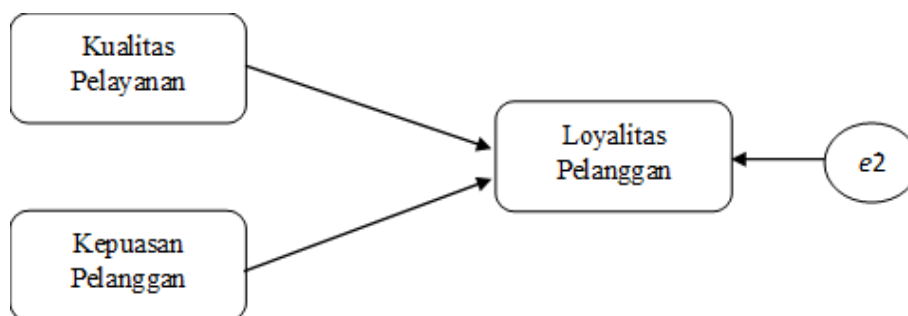
Uji validitas instrumen penelitian akan dilakukan dengan metode korelasi Pearson. Teknik uji validitas dengan korelasi pearson yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel (Ma'ruf, 2015). Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas di mana *item* yang masuk ke dalam pengujian ini merupakan item yang valid. Metode yang digunakan yaitu dengan uji statistik Cronbach Alpha (Ma'ruf, 2015).

Uji Asumsi klasik terdiri dari uji normalitas dan uji homogeneitas. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode uji *One Sample* Kolmogorov-Smirnov pada program SPSS. Uji homogenitas dilakukan untuk melihat apakah beberapa varian populasi memiliki data yang sama (homogen) atau tidak (Gunawan, 2018). Pengujian homogenitas menggunakan metode uji Levene.

Uji regresi linear pada penelitian ini dilakukan pada 2 sub struktur. Sub Struktur 1 menguji besaran pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (M). Sub Struktur 2 menguji besaran pengaruh kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (M) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Pengujian ini untuk mendapatkan nilai R, B Unstandardized Coefficients, dan Std. Error Unstandardized Coefficients untuk selanjutnya digunakan pada perhitungan Sobel.



Gambar 3. Sub Struktur 1



Gambar 4. Sub Struktur 2

Pengujian hipotesis dilakukan pada Sub Struktur 1 yaitu pengaruh kualitas pelayanan (Y) terhadap Kepuasan Pelanggan (M) dan Sub Struktur 2 yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan (Y) dan Kepuasan Pelanggan (M) terhadap Loyalitas (Y). Gunawan mengemukakan bahwa untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Gunawan, 2018), t hitung akan dibandingkan dengan t tabel.

Uji Sobel juga dilakukan untuk melakukan analisis jalur (*path analysis*). Pengujian signifikansi pengaruh tidak langsung dapat dinilai dari standar eror koefisien pengaruh tidak langsung kemudian membandingkan nilai t hitung pengaruh tidak langsung dengan t tabel (Ghozali, 2018). Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung maka nilai t hitung akan dibandingkan dengan t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu 1,96, Jika t hitung > 1,96 maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh intervening yang signifikan (Ghozali, 2018).

3. Hasil dan Pembahasan

Uji validitas dilakukan pada 16 item pernyataan yang disebar kepada 100 responden. Uji signifikansi dilakukan dengan degree of freedom (df) = n - 2. Dengan jumlah sampel (n) = 100 dan besarnya df = 98 serta $\alpha = 0,05$. Maka pada r tabel dengan uji satu arah (one tailed) diperoleh r tabel = 0,1654. Didapati hasil pengujian seluruh item pernyataan sudah valid (r hitung > r tabel). Uji reliabilitas dilakukan pada 16 item pernyataan yang disebar kepada 100 responden. Penilaian uji reliabilitas berdasarkan nilai Cronbach Alpha yang dikategorikan pada rentang tertentu.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Kode Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X.1	0,734	0,1654	Valid
	X.2	0,685		Valid
	X.3	0,599		Valid
	X.4	0,665		Valid
	X.5	0,634		Valid
	X.6	0,694		Valid
	X.7	0,734		Valid
	X.8	0,520		Valid
	X.9	0,756		Valid
	X.10	0,591		Valid
Kepuasan Pelanggan	M.1	0,813		Valid
	M.2	0,736		Valid
	M.3	0,782		Valid
Loyalitas Pelanggan	Y.1	0,783		Valid

Y.2	0,719	Valid
Y.3	0,778	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan Reliabilitas (DeVellis, 2017)
Kualitas Pelayanan	0,857	Baik (0,800 - < 0,900)
Kepuasan Pelanggan	0,669	Diterima Minimum (0,650 – < 0,700)
Loyalitas Pelanggan	0,631	Dipertanyakan (0,600 - < 0,650)

Pengujian asumsi klasik normalitas menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan menilai signifikansi (Sig.). Sedangkan pengujian asumsi klasik homogenitas menggunakan metode uji Levene dengan menilai signifikansi (Sig.). Hasil pengujian didapati seluruh pengukuran adalah berdistribusi normal (Sig.>0.05) dan homogen (Sig.>0.05)

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas dan Homogenitas

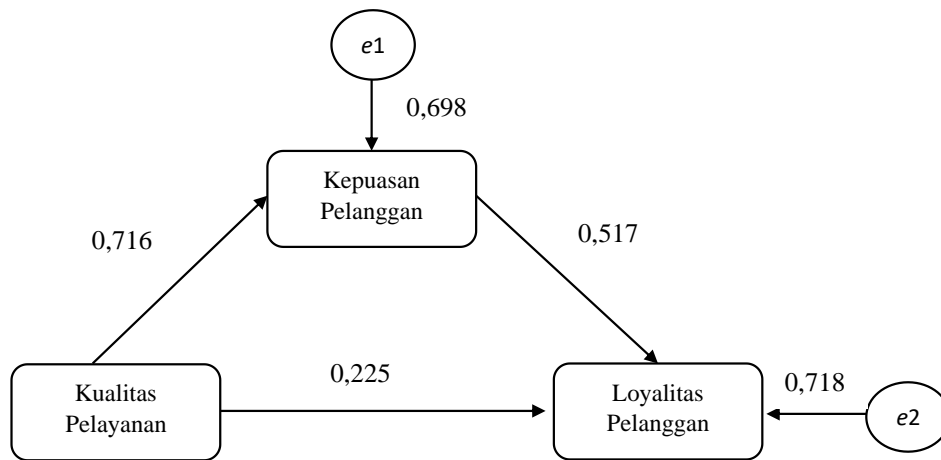
Jalur	Signifikansi	Keterangan	Signifikansi	Keterangan
M atas X	0,079	Normal	0,112	Homogen
Y atas M	0,056	Normal	0,607	Homogen
Y atas X	0,200	Normal	0,059	Homogen

3.1 Pengujian Sub Struktur

Pengujian Sub Struktur 1 untuk menguji besaran pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (M). Pengujian Sub Sub Struktur 2 untuk menguji besaran pengaruh kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (M) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Tabel 5. Koefisien Sub Struktur 1 dan 2

Model	Jalur	R Square	e	Unstandardized Coefficients Beta		Standardized Coefficients	t	Sig.
				B	Std Error	B		
Sub Struktur 1	X → M	0,512	0,698	0,238	0,023	0,716	10,114	0,000
Sub Struktur 2	X → Y	0,484	0,718	0,077	0,036	0,225	2,152	0,034
	X → Y			0,534	0,108	0,517	4,949	0,000



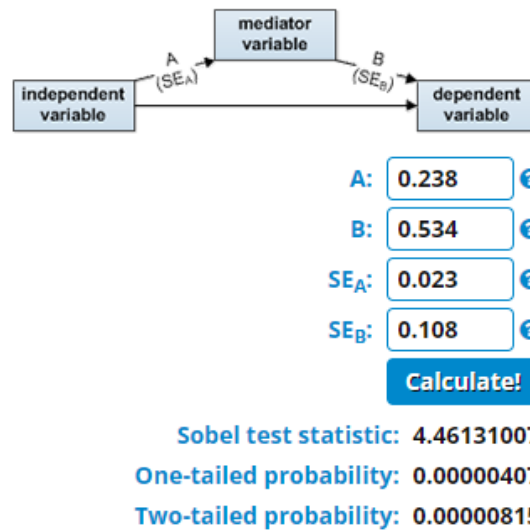
Gambar 5. Diagram Jalur

3.2 Uji Signifikansi Jalur

Nilai t hitung kualitas pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) lebih besar dari t tabel ($10,144 > 1,983$) dan sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mimosa Putra Abadi” diterima atau **H_1 diterima**

Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $4,949 > 1,983$ dan sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Mimosa Putra Abadi” diterima atau **H_2 diterima.**

Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,152 > 1,983$ dan sig. $0,034 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Mimosa Putra Abadi” diterima atau **H_3 diterima**



Gambar 6. Uji Sobel

Nilai sobel test > t tabel pada signifikansi 0,05 atau 4,461 > 1,983. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh tidak langsung positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan pada PT. Mimosa Putra Abadi” diterima atau **H₄ diterima**.

Tabel. 6 Ringkasan Pengujian

No	Arah Pengaruh	Koefisien Jalur	t-hitung	t-tabel	Sig.
A Langsung					
1	X→M	0,716	10,144	1,983	0,000
2	M→Y	0,517	4,949	1,983	0,000
3	X→Y	0,225	2,152	1,983	0,034
B Tidak Langsung					
1	X→M→Y	0,716*0,517 = 0,370	4,461	1,983	0,000

Berdasarkan tabel di atas diketahui setiap jalur memiliki pengaruh yang signifikan karena t hitung > t tabel dan sig < 0,05. Kemudian koefisien pengaruh jalur tidak langsung (0,370) > (0,225) yang merupakan koefisien jalur pengaruh langsung, maka pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) lebih besar ketika dimediasi oleh kepuasan pelanggan (M).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahawa Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, terdapat pengaruh signifikan tidak langsung kualitas pelayanan terhadap

loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Berdasarkan perhitungan koefisien jalur dapat disimpulkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan lebih besar dibanding dengan pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Maka pada model penelitian ini, jalur yang dominan adalah jalur tidak langsung dimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dari hasil uji sobel. Perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebagai upaya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penulis juga menyarankan agar perusahaan melakukan riset pelanggan untuk menghilangkan gap antara kualitas pelayanan yang dirasakan dan yang diharapkan pelanggan, sehingga tercipta kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu penulis juga memberikan saran dari sisi indikator *tangible* yaitu agar perusahaan meningkatkan kelengkapan fasilitas dan memperhatikan ketersediaan, kondisi fisik serta performa dari fasilitas yang tersedia, dari sisi kesesuaian harapan yaitu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan mengevaluasi keluhan dan saran dari pelanggan untuk mengetahui harapan pelanggan, dan dari sisi indikator pembelian di semua lini produk/jasa yaitu perusahaan mempromosikan semua lini jasa servis yang tersedia dan memberikan edukasi pada pelanggan akan pentingnya menggunakan berbagai jenis jasa servis yang tersedia untuk menjaga performa kendaraan.

Daftar Pustaka

- Agyapong, G. K. Q. (2011). The effect of service quality on customer satisfaction in the utility industry—A case of Vodafone (Ghana). *International Journal of Business and Management*, 6(5), 203–210.
- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B. Y., Sorguli, S., & Anwar, G. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 14–28. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.2>
- DeVellis, R. F. (2017). *Scale Development: Theory and Applications (4th ed.)*. CA: Sage.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. (2013). *Perilaku Nasabah Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi Yogyakarta.
- GAIKINDO. (2022). *Retail Sales*. <https://www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/>
- Gunawan, C. (2018). *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM 25)*. Deepublish.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Joudeh, J. M. M., & Dandis, A. O. (2018). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in an Internet Service Providers. *International Journal of Business and Management*, 13(8), 108. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n8p108>

- Ma'ruf. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif (pertama). In *JINoP (Jurnal Inovasi Pembelajaran)*. Deepublish.
- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., & Pham, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 395–405. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.395>
- Odunlami, I. B. (2014). Impact of Customer Satisfaction and Customer Retention on Customer Loyalty: a Case Study of Enterprise Bank in Oyo. *International Journal of Education and Research*, 2(9). www.ijern.com
- Osman, Z., & Sentosa, I. (2013). A study of mediating effect of trust on customer satisfaction and customer loyalty relationship in Malaysian rural tourism. *European Journal of Tourism Research*, 6(2), 192–206. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v6i2.132>
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Rasheed, H. M. W., Khalid, J., Khizar, H. M. U., Sajid, M., Shahid, M. N., Ahmad, M., & Khan, W. A. (2015). Factors affecting Customer Loyalty in Banking Sector: A study on Banks in Bahawalpur (Pakistan). *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 1(1), 239. <https://doi.org/10.5296/ijaftr.v5i1.7726>
- Silalahi, U. (2015). Metode Penelitian Sosial Kuantitatif. In *Journal of Visual Languages & Computing* (Vol. 11, Issue 3). Refika Aditama.
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Umar, H. (2014). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Penerbangan Low Cost Carrier. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTransLog)*, 1(2), 127–138.
- Wantara, P. (2015). The relationships among service quality, customer satisfaction, and customer loyalty in library services. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(1S), 264–269.