

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN BENGKEL AUTO2000
CABANG SUNGKONO DI SURABAYA**

Ronald Yonathan Pratikya

Jurusan Manajemen/Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Ronald_ryp93@rocketmail.com

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada pelanggan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono di Surabaya. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden yang pernah berkunjung dan menggunakan jasa bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya 2 kali dalam 1 tahun terakhir dan pernah mengalami masalah, responden dengan pendidikan minimal SMA atau sederajat. Selain itu bertempat tinggal di Surabaya. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier dengan software SPSS 18.0. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Data diperoleh secara langsung dari responden yang memenuhi karakteristik populasi yang ditentukan dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*. Kemudian terdapat pengaruh signifikan antara *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*.

Kata Kunci: *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate and analyze the influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty customer AUTO2000 Sungkono Surabaya. Respondents used in this study is 100 respondents who had visited and using AUTO2000 Sungkono Surabaya service repairer twice a year, and had a problem with AUTO2000 Sungkono Service's. Respondents with high school education or equivalent minimum. Besides live in Surabaya. This research using linier regression method with SPSS 18.0 software. Sampling techniques used in this research are non probability sampling with this type of purposive sampling. Data collected directly from respondents who meet the specified characteristics of the population by distributing questionnaires. The samples used in this study was 100 respondents. Linier regression method used To test the hypotheses. The results of this study showed the influence of Service

Quality toward Customer Satisfaction and Customer Loyalty. Then Customer Satisfaction influence Customer Loyalty.

Keyword: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia semakin meningkat sejak tahun 2000 hingga saat ini, pertumbuhan positif rata-rata sebesar 5 persen tiap tahunnya dan memunculkan sekitar 9 juta warga kelas menengah baru setiap tahunnya. Pada tahun 2010 bank dunia telah mencatat jumlah masyarakat kelas menengah di Indonesia saat ini sebesar 56,5% dari jumlah penduduk.

Pertumbuhan ekonomi pada masyarakat kelas menengah tentu saja berpengaruh pada perilaku konsumtif. Berdasarkan data yang diperoleh bank dunia, nilai uang yang dibelanjakan masyarakat kelas menengah Indonesia cukup tinggi. Pengeluaran belanja pakaian dan alas kaki tahun 2010 mencapai Rp113,4 triliun. Belanja rumah tangga dan jasa sebesar Rp194,4 triliun, belanja di luar negeri Rp50 triliun, dan pembelanjaan yang paling tinggi dikeluarkan untuk kebutuhan transportasi yaitu sebesar Rp 283,6 triliun.

Masyarakat Indonesia mulai menyadari bahwa kebutuhan akan sarana transportasi sangat penting dimana salah satunya adalah mobil. mobil merupakan salah satu kendaraan yang mempunyai banyak fungsi selain untuk membawa orang dari satu tempat ke tempat yang lainnya juga dapat memindahkan barang dari satu tempat ke tempat yang lainnya. (Sumber : <http://www.kompasiana.com>)

Meskipun harga dan pajak mobil cukup mahal di Indonesia, peningkatan jumlah mobil di Indonesia ini tergolong cukup tinggi. Hal ini dikarenakan masyarakat membutuhkan kendaraan yang nyaman untuk digunakan sebagai penunjang aktivitas sehari-hari, dan juga keinginan masyarakat menengah untuk menjaga kelas sosialnya. Tingginya minat masyarakat pada kendaraan roda empat ini membuat para industri otomotif bersaing untuk menciptakan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan mengungkapkan besarnya pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* secara langsung maupun

tidak langsung pada bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal (*causal research*), yang termasuk dalam penelitian kuantitatif. Penelitian kausal akan menitikberatkan pada pembuktian hipotesis, dan pemahaman teori melalui pembuktian/pengujian statistik, sehingga lebih mengarah pada hasil generalisasi dan menjelaskan fenomena secara terukur dalam penelitian ini akan mengungkapkan hubungan variabel independen *service quality* terhadap variabel dependen *customer satisfaction* dan *customer loyalty* secara langsung ataupun tidak langsung.

Untuk memperoleh hasil yang tepat, diperlukan data – data yang berkaitan dengan *service quality*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty* pada bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dan disusun secara spesifik untuk proyek penelitian yang sedang dilakukan yang didapat melalui kuesioner, dalam penelitian ini diperoleh dari pengumpulan kuesioner mengenai *service quality*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya kepada responden penelitian.

Dalam penelitian ini, target populasi yang dipilih adalah pelanggan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono yang berdomisili di kota Surabaya. Karakteristik populasi adalah konsumen baik pria maupun wanita dengan pendidikan minimal SMA atau sederajat yang menggunakan jasa bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya minimal dua kali dalam waktu 1 tahun terakhir dan pernah mengalami masalah pada layanan yang diberikan.

Dalam penelitian ini, populasinya tidak teridentifikasi secara jelas, sehingga sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena sampel diambil berdasarkan penilaian dari peneliti yang sesuai dengan karakteristik penelitian. (Zikmund 1994, p.455) Banyaknya sampel yang diambil adalah 100 responden. Hal ini dikarenakan jumlah sampel dengan minimal 100 responden dapat digunakan sebagai alat untuk pengelompokan ulang variabel dan subvariabel (Jasfar 2011, p.50) . Kuesioner disusun berdasarkan replikasi dari jurnal Izogo dan Ogba (2014) dan menggunakan sampel di bengkel AUTO2000

cabang Sungkono di Surabaya. Wilayah yang diambil ditetapkan, yaitu responden yang bertempat tinggal di Surabaya.

Aras pengukuran dalam penelitian ini adalah interval, yaitu dimana jarak perbedaan antara tingkatan objek yang satu dengan tingkatan objek yang lainnya adalah sama, kuesioner bersifat *close ended questions*, artinya responden hanya menjawab sesuai dengan alternatif jawaban yang sudah tersedia. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan *seven point likert scale*, yaitu dengan menggunakan skala 1-7 dimana responden diminta untuk memberikan jawaban yang pada masing-masing ujungnya dihitung dengan kata-kata sifat yang berlawanan seperti tidak setuju dan setuju, kemudian responden diminta untuk memilih satu alternatif dari tujuh tingkatan yang sudah disediakan pada setiap pernyataan pada kuesioner yang dibagikan.

Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju

Sebelum dilakukan pengolahan data, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan realibilitas yaitu sebagai berikut:

1. Uji Validitas (Sekaran, 2013, p.225)

Menunjukkan seberapa baik suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu variabel tertentu. Hal ini dapat diartikan bahwa validitas adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu variabel apakah benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Validitas diukur menggunakan *internal consistency* (konsistensi internal) yaitu dengan metode korelasi *product moment pearson*. Pernyataan tersebut dinyatakan valid jika hasil korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor hasil total menunjukkan hasil yang signifikan (signifikan $< 0,05$).

2. Uji Reliabilitas (Sekaran, 2013, p.228)

Kemampuan dari suatu instrumen menunjukkan kestabilan dan kekonsistenan di dalam mengukur variabel. Hal ini dapat diartikan sebagai berikut: pertama, jika dalam mengukur suatu objek berkali-kali dengan instrumen yang sama maka hasil yang diperoleh haruslah sama; kedua, realibilitas dapat diartikan sebagai seberapa banyak kesalahan pengukuran dalam instrumen pengukuran; ketiga, realibilitas

juga berarti skor yang sebenarnya. Pengukuran realibilitas dapat menggunakan *cronbach alpha* yang menunjukkan seberapa bagus pernyataan berhubungan positif dengan pernyataan lain bila *cronbach alpha* bernilai 0,6 atau lebih maka instrument tersebut dapat diterima.

Metode pengolahan data untuk menguji validitas dan reliabilitas menggunakan *software* SPSS 18.0. Setelah diketahui kehandalan dan keabsahannya, maka data yang dikumpulkan dapat diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode pengolahan data statistik deskripsi, yaitu :

1. Koefisien regresi

Dilakukan 3 kali untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan secara langsung ataupun tidak langsung. Yang pertama digunakan mengetahui pengaruh kualitas layanan (variabel independen) terhadap kepuasan pelanggan (variabel dependen). Kemudian yang kedua adalah pengaruh kualitas layanan (variabel independen) terhadap loyalitas pelanggan (variabel dependen). Pengujian yang terakhir adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan (variabel independen) terhadap loyalitas pelanggan (variabel dependen).

2. Analisis koefisien determinasi (r^2)

Untuk mengukur seberapa besar kemampuan variasi variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. yang berarti untuk mengukur seberapa besar variabel independen dapat mencerminkan variabel dependen berada diantara 0 dan 1, yang mempunyai arti :

- a) bila $r^2 = 1$ berarti variasi variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 100
- b) bila $r^2 = 0$ berarti variasi variabel independen tidak mampu menjelaskan variasi variabel dependen

3. Pengujian Regresi Linier Sederhana

Untuk membuktikan hipotesis kerja yang diduga berpengaruh antara variabel independen terhadap independen maka perlu diadakan pengujian lanjutan terhadap hasil analisis regresi.

Dalam penelitian yang berbentuk kausal maka bentuk yang digunakan adalah uji t dengan pengujian dua ekor (*two tailed test*). Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 18.0 *for windows*. Berikut merupakan hasil pengujian validitas:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Service Quality*

Dimensi	Indikator	Koefisien Korelasi	Nilai Signifikansi	Keterangan
Tangibles	TAN1	0,890**	0,000	Valid
	TAN2	0,806**	0,000	Valid
	TAN3	0,704**	0,000	Valid
	TAN4	0,720**	0,005	Valid
Reliability	REL1	0,634**	0,000	Valid
	REL2	0,796**	0,000	Valid
	REL3	0,772**	0,000	Valid
	REL4	0,741**	0,012	Valid
Responsiveness	RES1	0,842**	0,000	Valid
	RES2	0,883**	0,000	Valid
Emphathy	EMP1	0,857**	0,000	Valid
	EMP2	0,851**	0,000	Valid
	EMP3	0,858**	0,000	Valid
	EMP4	0,935**	0,000	Valid
	EMP5	0,710**	0,000	Valid
	EMP6	0,872**	0,000	Valid
Commitment	COM	1,000**	0,000	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 18.0 *for Windows*.

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *service quality* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh *item* pernyataan yang membentuk variabel *service quality* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *customer satisfaction* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh *item* pernyataan yang membentuk variabel *customer satisfaction* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Customer Satisfaction*

Dimensi	Pernyataan	Koefisien Korelasi	Nilai Signifikansi	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	CS1	0,820**	0,000	Valid
	CS2	0,822**	0,000	Valid
	CS3	0,865**	0,000	Valid
	CS4	0,869**	0,000	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 18.0 for Windows.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Customer Loyalty*

Dimensi	Pernyataan	Koefisien Korelasi	Nilai Signifikansi	Keterangan
Loyalitas Pelanggan	CL1	0,663**	0,000	Valid
	CL2	0,692**	0,000	Valid
	CL3	0,830**	0,000	Valid
	CL4	0,574**	0,001	Valid
	CL5	0,764**	0,000	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 18.0 for Windows.

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *customer loyalty* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa 5 *item* pernyataan yang membentuk variabel *customer loyalty* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 18.0 for windows. Berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas:

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Tangibles (TAN)	0,767	Reliabel
Reliability (REL)	0,708	Reliabel
Responsiveness (RES)	0,653	Reliabel
Empathy (EMP)	0,921	Reliabel
Commitment (COM)	N/A	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (CS)	0,864	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (CL)	0,740	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS 18.0 for Windows.

Setelah dilakukan uji reliabilitas menggunakan *software* SPSS, seluruh variabel menunjukkan nilai *cronbach's alpha* di atas 0,6. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sebanyak 30 responden yang diuji telah lolos uji validitas dan reliabilitas. Penelitian dapat dilanjutkan dengan menyebarkan kuesioner kepada sejumlah target sampel yang ditentukan.

Koefisien Regresi

Model pengukuran dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 18.0 *for windows*. Analisis model pengukuran dilakukan dengan uji regresi linier sederhana untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisa yang pertama adalah menggunakan koefisien regresi.

Koefisien regresi untuk pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0,728 atau 72,8%. Hal ini menunjukkan adanya tingkat hubungan positif yang tinggi antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan. Apabila kualitas layanan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya mengalami peningkatan, maka akan diikuti juga dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Begitu pula dengan sebaliknya, apabila kualitas layanan menurun maka kepuasan pelanggan akan ikut menurun juga.

Koefisien regresi untuk pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 0,676. Hal ini menunjukkan adanya hubungan substansial yang positif antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan. Berarti apabila kualitas layanan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya mengalami peningkatan maka akan diikuti juga dengan peningkatan loyalitas pelanggan. Sedangkan jika kualitas layanan menurun maka loyalitas pelanggan akan ikut menurun juga.

Koefisien regresi untuk pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 0,564. Hal ini menunjukkan adanya hubungan substansial yang positif antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Berarti apabila kepuasan pelanggan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya mengalami peningkatan maka akan diikuti juga dengan peningkatan loyalitas pelanggan. Sedangkan jika kepuasan pelanggan menurun maka loyalitas pelanggan akan ikut menurun juga

Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi merupakan nilai yang menggambarkan besar kecilnya variasi kepuasan pelanggan pengguna jasa bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya yang dapat dijelaskan oleh kualitas layanan. Berdasarkan

hasil pengolahan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS *for windows* 18.0 diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,530 atau 53%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi kepuasan pelanggan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya mampu dijelaskan oleh variasi variabel kualitas layanan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya sebesar 53% dan sisanya 47% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak teramati.

Pengujian kedua dilakukan untuk mengetahui nilai yang menggambarkan besar kecilnya variasi loyalitas pelanggan pengguna jasa bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya yang dapat dijelaskan oleh kualitas layanan. Berdasarkan hasil pengolahan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS *for windows* 18.0 diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,478 atau 47,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi loyalitas pelanggan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya mampu dijelaskan oleh variasi variabel kualitas layanan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya sebesar 47,8% dan sisanya 52,2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak teramati.

Pengujian koefisien determinasi yang terakhir dilakukan untuk mengetahui nilai yang menggambarkan besar kecilnya variasi loyalitas pelanggan pengguna jasa bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya yang dapat dijelaskan oleh kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pengolahan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS *for windows* 18.0 diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,318 atau 31,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi loyalitas pelanggan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya mampu dijelaskan oleh variasi variabel kepuasan pelanggan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya sebesar 31,8% dan sisanya 68,2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak teramati.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dilakukan menggunakan Analisis regresi linier sederhana dalam program SPSS *for windows* 18.0 yaitu dengan menganalisa nilai dari t value yang harus lebih besar daripada t tabel, kemudian hasil dari regresi

linier sederhana harus memiliki nilai *signifcantcy* dibawah 0,05 agar hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hipotesis yang diajukan adalah berikut ini :

H1 : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara *service quality* terhadap *customer satisfaction*

H2 : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara *service quality* terhadap *customer loyalty*

H3 : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*

Hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5
Pengujian hipotesis

Hipotesis	T value	Sig	Keterangan
H1	10,503	0,000	Diterima
H2	9,471	0,000	Diterima
H3	6,766	0,000	Diterima

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa ketiga hipotesis yang telah diajukan dapat diterima. Hal ini dikarenakan hasil dari pengujian ketiga hipotesis memiliki Tvalue yang lebih besar dari T tabel yaitu sebesar 1,660 dan memiliki nilai signifikansi dibawah 5% atau 0,05.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dan dibahas pada bab sebelumnya maka dapat diperoleh konklusi, implikasi, dan rekomendasi ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan bagi badan usaha yang bersangkutan dalam menghasilkan layanan yang lebih baik bagi pelanggan di masa yang akan datang.

Dalam penelitian ini terdapat 3 hipotesis kerja, mengenai pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction*, dan *customer loyalty* secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan 3 hipotesis kerja yang diajukan dan hasil perhitungan program *SPSS for windows 18.0*, maka dapat diambil beberapa konklusi sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kerja pertama yang menyatakan bahwa Diduga ada pengaruh yang signifikan antara variabel *service*

quality terhadap *customer satisfaction* pada bengkel AUTO2000 cabang Sungkono di Surabaya adalah benar atau terbukti.

2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kerja kedua yang menyatakan bahwa Diduga ada pengaruh yang signifikan antara variabel *service quality* terhadap *customer loyalty* pada bengkel AUTO2000 cabang Sungkono di Surabaya adalah benar atau terbukti.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kerja kedua yang menyatakan bahwa Diduga ada pengaruh yang signifikan antara variabel *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada bengkel AUTO2000 cabang Sungkono di Surabaya adalah benar atau terbukti.

Rekomendasi yang diberikan berdasarkan hasil penelitian ini ditujukan kepada para praktisi dan pengembang layanan bengkel otomotif. Selain itu, rekomendasi juga ditujukan untuk penelitian selanjutnya berdasarkan keterbatasan penelitian ini. Berikut adalah penjelasan selengkapnya:

Rekomendasi Bagi Praktisi dan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dan hasil tanggapan responden mengenai kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono di Surabaya, maka dapat direkomendasikan beberapa hal sebagai masukan bagi pihak manajemen PT. Toyota AUTO2000, yaitu:

Pada variabel *Tangibles* hendaknya lebih diperhatikan lagi oleh PT. Toyota AUTO2000 karena terdapat beberapa atribut yang memiliki nilai yang lebih rendah dibandingkan variabel lainnya. Beberapa atribut masih memiliki nilai dibawah 5 yang tidak terlalu berbeda jauh dengan variabel lainnya, tetapi hal ini juga harus tetap diperhatikan oleh badan usaha dan dicari solusinya agar kualitas layanan bengkel AUTO2000 tetap terjaga. Dari data yang telah didapatkan, pada variabel *Tangibles* pernyataan yang mendapatkan nilai yang paling rendah adalah Bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya memiliki fasilitas ruang parkir yang cukup untuk pelanggan. Agar kualitas layanan bengkel AUTO2000 dapat lebih ditingkatkan lagi maka bengkel AUTO2000 cabang Sungkono dapat

menambah fasilitas ruang parkir tetapi juga jangan sampai mengganggu fasilitas lain dari bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya.

Pada pernyataan ke-2 juga masih memiliki nilai dibawah 5 yaitu bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya memiliki lingkungan yang bebas dari bahaya. Mengenai hal ini bengkel AUTO2000 cabang Sungkono harus lebih memperhatikan keamanan fasilitas bengkel agar pelanggan dapat merasa lebih nyaman misalnya menentukan jalur evakuasi, dan menyediakan tabung pemadam kebakaran pada ruang tunggu . Pada pernyataan ke-3 variabel tangibles mengenai bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya memanfaatkan peralatan yang modern juga masih harus ditingkatkan lagi. Bengkel AUTO2000 cabang Sungkono sebaiknya meningkatkan layanannya agar lebih moderen, misalnya menerapkan layanan pemesanan dan fasilitas pemantauan layanan servis secara online untuk memudahkan pelanggan.

Pada variabel kepuasan pelanggan.bengkel AUTO2000 cabang Sungkono memiliki nilai rata-rata yang cukup baik Pada atribut ini pernyataan yang mendapatkan nilai paling rendah dibanding dengan pernyataan lainnya adalah Bengkel AUTO2000 cabang Sungkono Surabaya memiliki upaya untuk memahami kebutuhan saya. Rata-rata nilai pada pernyataan ini memang tidak terlalu berbeda dibanding pernyataan lainnya. Bengkel AUTO2000 tetap harus memperhatikan hal ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya, dengan melakukan upaya untuk memahami kebutuhan pelanggannya.

Pada loyalitas pelanggan merupakan variabel yang paling rendah dibandingkan lainnya. Hal ini perlu lebih diperhatikan lagi agar para pelanggan tetap setia pada bengkel AUTO2000 cabang Sugkono. Pada variabel loyalitas pelanggan pernyataan paling rendah adalah Saya berniat untuk tetap berlangganan pada bengkel AUTO2000 cabang Sungkono di Surabaya, bahkan jika biayanya meningkat. Agar pelanggan tetap loyal sebaiknya bengkel AUTO2000 lebih berhati-hati dalam menetapkan biaya jasa perbaikan dan perawatan karena pelanggan bengkel AUTO2000 cabang Sungkono memiliki sensitivitas yang cukup tinggi terhadap perubahan harga.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan penelitian ini, maka disusun rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, yaitu :

1. Melakukan penelitian terhadap objek yang berbeda serta wilayah yang berbeda bahkan lebih luas sehingga dapat mengetahui hasil penelitian secara umum.
2. Menambahkan variabel *Trust* dan *Reputation* bengkel dalam model penelitian. Hal ini berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh **Roshana Gul (2014)** yang menyatakan *Trust* dan *Reputation* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dan *Loyalty* dalam bidang *service provider*.

Daftar Pustaka

- Akbar, M. M., dan Parvez, N., 2009, Impact Of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer's Loyalty, *ABAC Journal*, Vol. 29(1) , pp 24-38.
- Anderson, E.W., Fornell, C., dan Rust, R.T., 1997, Customer Satisfaction, Productivity, and Profitability: Difference Between Goods and Services, *Marketing Science journal*, Vol. 16, no 2.
- Aryani, Dwi dan Rosinta (2010). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, pp 114-126.
- Bowen, J.T., Shiang-Lih Chen, 2001, The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 13 , pp.213 - 217
- Ghotbabadi, A, R., Feiz, S., dan Baharun, R., 2012, Service Quality Measurements: A Review, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 5, No. 2
- Gillmore, A., dan McMulland, R., 2007, *Can Customer Loyalty Be Bought? The Effect Of Cost On Customer Loyalty Development*, Paper, University of Ulster.
- Griffin, J.,1995, *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*, New York, Lexington Books.
- Herlistyani, L., Winoto, Y., dan Rohman, A. S., 2012, Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Informasi Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Speedy Kepada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, *Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, Vol. 1(1).
- Hurriyati, R.,2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta.

- Huang, Y.-W. K.-W., 1992. Applying Importance-Performance Analysis To Evaluate Logistic Service Quality For Online Shopping Among Retailing Delivery. *International Journal of Electronic Business Management*, Vol. 7(2), pp 128-136.
- Izogo, E.E., dan Ogba, E.I., 2015, Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Automobile Repair Services Sector, *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 32, pp 250-269.
- Kassim, N. Dan Abdullah, N.A. 2010, "The Effect of Perceived Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in E-commerce Settings", *Asia Pacific Journal of Marketing*, Vol. 22 No. 3, pp 351-371.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2006, *Principles Of Marketing*, 11th Edition, Pearson, Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Mohsan, F., Nawaz, M. M., Khan, M. S., Shaukat, Z., dan Aslam, N., 2011, Impact Of Customer Satisfaction on Customer loyalty and Intention to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan, *International Journal of Business and social Science*, Vol. 2(16).
- Morgan, R.M., Hunt. S.D., 1994, The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 58, pp. 20-38.
- Nasution, M.N., 2004, *Manajemen Jasa Terpadu : Total Service management*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Oliver, R.L., 1996, *Satisfaction, Behavioral Perspective On The Consumer*, Mc Graw Hill.
- Parasuraman, A., Zeithmal, V.A. and Berry, L.L 1985, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications For Future Research", *The Journal of Marketing*, Vol. 49 No. 4, pp.41-50.
- Parasuraman, A., Zeithmal, V.A. and Berry, L.L 1988, "SERVQUAL: a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64 No.1, pp. 35-48.
- Roshana Gul, 2014, The Relationship between Reputation, Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty, *Journal of Public Administration and Governance*, Vol. 4, No. 3.
- Roy, S. K., Butaney, G., & Bhutaney, B. 2009, Examining the Effects of the Customer Loyalty States on the Word of Mouth. *Pacific Asia Conference on Information Systems*, pp. 1-14.
- Sabir, R. I., Irfan, M., Sarwar, M. A., Sarwar, B., dan Akhtar, N., 2013, The Impact Of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty Programs on Customer`s Loyalty: An Evidence Telecommunication Sector, *Journal of Asian Business Strategy*, Vol. 3(11), pp. 306-314.

- Sahin, A. Kitapchi, H . Zehir, C., 2013, Creating Commitment, Trust and Satisfaction for a Brand: What is the Role of Switching Costs in Mobile Phone Market?, *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 99, pp 496-502.
- Sekaran, U., dan Bougie, R., 2013, *Research Methods For Business*, 6th Edition, Wiley.
- Suchanek, P., Richter, J., Králová, M., 2014, Customer Satisfaction, Product Quality and Performance of Companies, *REVIEW OF ECONOMIC PERSPECTIVES*, VOL. 14, pp. 329–344.
- Ueltschy, L.C., Laroche, M., Eggert, A. and Bindl, U., 2007, Service Quality and Satisfaction: An International Comparison of Professional Service Perceptions, *Journal of Services Marketing*, Vol. 21/6.pp. 410-423.
- Wang, W. C., Chen, Y, C., dan Chu, Y.C., 2009, A Study of Customer Loyalty Management in Chinese Retail Supermarket, *International Journal Of Business and Management*, Vol. 4(11)
- Zangmo, M., Liampreecha, W., dan Chemsripong., 2014, The Influence of Passenger Satisfaction and Loyalty: Case of Drukair Royal Bhutan Airlines, *International Journal of Technical Research and Applications*, Vol. 2, pp. 66-74.

<http://www.asgar.or.id/car-motor/bengkel-dealer-service-parts/bengkel-mobil-toyota/daftar-bengkel-resmi-toyota-di-surabaya-provinsi-jawa-timur/> diunduh pada tanggal 2November 2015

http://auto2000.co.id/page/sekilas_auto2000#menu-toggle diunduh pada tanggal 26 Oktober 2015

<http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1413> diunduh pada tanggal 26 Oktober 2015

http://www.kompasiana.com/economist-suweca.blogspot.com/kelas-menengah-dan-perilaku-konsumtif_550d5396813311692db1e193) diunduh pada tanggal 24 Oktober 2015

<http://mobilkamu.com/v2/otomotif/> diunduh pada tanggal 24 Oktober 2015

<http://news.okezone.com/read/2010/05/14/52/332766/auto2000-raih-dua-penghargaan-kepuasan-pelanggan> diunduh pada tanggal 29 Oktober 2015

<http://otomotif.metrotvnews.com/read/2014/05/17/242751/data-penjualan-mobil-dan-motor-domestik-april-2014> diunduh pada tanggal 25 Oktober 2015