

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, DENGAN MEDIASI KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
BENGKEL MOBIL *SHOP AND DRIVE* DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :
RINALDY DWIDARMAWAN
NIM : 2015210817

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Rinaldy Dwi Darmawan
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 22 Mei 1997
N.I.M : 2015210817
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Sektor Layanan Bengkel Mobil *Shop and Drive*

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing

Tanggal :

Drs. Ec. Harry Widvantoro, M.Si

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Tanggal :



Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, WITH CUSTOMER SATISFACTION MEDIATION OF WORKSHOP CUSTOMER LOYALTY CAR SHOP AND DRIVE IN SURABAYA

Rinaldy Dwi Darmawan
STIE Perbanas Surabaya
Email : 2015210817@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

The development of the service industry sector is currently very fast, an increase in population is increasingly large so as to encourage the needs of the community in the service sector is getting greater, and human needs for the service industry will continue, it is necessary to hold the key factor of customer loyalty. The purpose of this study is to investigate the quality of service, mediating customer satisfaction with customer loyalty (case study at Shop and Drive car repair shop in Surabaya). The data was taken from 104 respondents with the provision of 30 respondents as a small sample in order to test its validity and reliability using the PLS 6.0 Warp program. While 74 respondents for large samples with PLS 6.0 Warp test. The results of this test are a positive relationship between Service Quality and Customer Satisfaction, a negative relationship between Service Quality and Customer Loyalty, a positive relationship between Customer Satisfaction and Customer Loyalty, and Customer Satisfaction does not mediate between Service Quality and Customer Loyalty Shop and Drive Car Workshop in Surabaya.

Keywords: Service quality, Customer satisfaction, Customer loyalty

PENDAHULUAN

Peningkatan populasi penduduk yang semakin besar sehingga mendorong kebutuhan masyarakat terhadap bidang layanan jasa semakin besar pula, dan kebutuhan manusia terhadap industri jasa layanan ini akan terus berlanjut.

Dalam industri jasa bengkel mobil, jasa ini berkaitan dengan kualitas layanan yang diberikan bengkel mobil kepada konsumennya. Izogo (2013) dalam Izogo & Ogba (2015: 251) mengatakan permintaan untuk layanan perbaikan mobil telah meningkat sementara adanya pergeseran dari kendaraan transmisi manual ke kendaraan transmisi automatic dengan

Peluang ini menjadi prospek lahan bisnis yang baik bagi pebisnis di industri jasa bengkel mobil. Melihat di Surabaya bengkel pelayanan mobil belum banyak yang mengikuti perkembangan di jasa ini. Disamping itu pasca pembelian kendaraan

sistem yang lebih kompleks karena perubahan teknologi.

Tabel 1.1

DATA JUMLAH KENDARAAN RODA EMPAT TAHUN 2015-2017 DI SURABAYA

Tahun	Total unit kendaraan roda empat	Wilayah
2015	517.959	Surabaya
2016	546.911	Surabaya
2017	570.571	Surabaya

Sumber:

<http://ojs.balitbanghub.dephub.go.id/index.php/warlit/article/view/634/388>

baru biasanya oleh bengkel resmi dari dealer kendaraan tersebut hanya diberi batas garansi perawatan hingga 5 tahun kedepan, dan para konsumen yang habis masa perawatan pada mobilnya otomatis memerlukan alternatif lain untuk

perawatan mobilnya. Hal ini yang mendorong para pebisnis untuk membuka bengkel-bengkel mobil baru untuk membantu permasalahan dalam masyarakat.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Kualitas layanan (*Service Quality*)

Cronin Jr & Taylor (1992) dalam Izogo & Ogba (2015: 252) mengatakan bahwa konseptualisasi kualitas layanan sebagai kesenjangan antara harapan dan kinerja tidak memadai. Cronin Jr & Taylor (1992) berpendapat bahwa konsep kualitas layanan harus menjadi sikap pelanggan terhadap layanan, karena konsep kepuasan didefinisikan sebagai kesenjangan antara harapan dan kinerja atau diskonfirmasi harapan.

Sepuluh dimensi kualitas layanan diatas yang kemudian diringkas menjadi lima dimensi kualitas layanan (Arun Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1994: 207) dalam (Izogo & Ogba, 2015: 266), lima dimensi yang digunakan adalah: Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), Bukti Fisik (*tangible*).

Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Swan & Trawick (1980) dalam Tjiptono (2019: 378) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relative bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya. Engel & Blackwell (1990) dalam Tjiptono (2019: 378) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*)

Tjiptono (2019: 416) mengatakan bahwa pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi *word-of-mouth advertisers*, namun juga kemungkinan besar loyal pada portofolio produk dan jasa perusahaan selama bertahun-tahun. Loyalitas pelanggan biasanya disebut sebagai konsekuensi dari semua pengalaman yang dimiliki pelanggan dengan penyedia layanan atau produk, Mascarenhas, Kesavan, & Bernacchi (2006) dalam Ngo & Nguyen (2016: 104). Pengalaman yang dimaksud yaitu interaksi fisik, keterlibatan emosional, dan momen rantai nilai, menurut Mascarenhas *et al.* (2006) dalam Ngo & Nguyen (2016: 104).

Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan pelanggan

Hubungan positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi fokus dalam penelitian. Sureshchandar, Rajendran, & Anantharaman (2002), dalam Izogo & Ogba (2015: 253) mengatakan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sangat berhubungan. Ladhari (2009), Dahiyat, Akroush, & Abu-Lail, (2011) dan Abu-El Samen, Akroush, & Abu-Lail (2013) dalam Izogo & Ogba (2015: 253) mengatakan semua peneliti mengklaim bahwa kualitas layanan merupakan anteseden penting dari kepuasan pelanggan. Dari pernyataan para peneliti hasil ini menunjukkan bahwa para pelanggan akan merasa puas dengan layanan suatu perusahaan apabila mereka melihat perusahaan menawarkan kualitas yang tinggi pada pelayanannya.

H1: Terdapat pengaruh signifikan positif Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mobil *Shop and Drive* di Surabaya.

Pengaruh Kualitas layanan terhadap Loyalitas pelanggan

Kandampully (1998) dalam Izogo & Ogba (2015: 250-251) keberhasilan

jangka panjang organisasi jasa pada dasarnya ditentukan oleh kemampuannya untuk memperluas dan mempertahankan basis pelanggan yang besar dan loyal melalui kualitas layanan yang menghasilkan atau melebihi harapan pelanggan. Chodzaza & Gombachika (2013) ; Chu, Lee, & Chao (2012) dalam Ngo & Nguyen (2016: 106) mengatakan dalam penelitian ini, sebagian besar penelitian mengkonfirmasi bahwa ada hubungan positif antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan yang merupakan mediator diantara mereka.

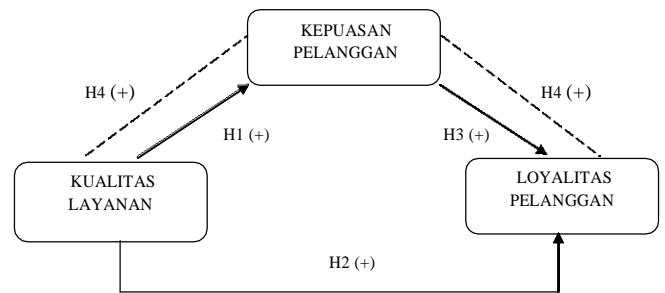
H2: Terdapat pengaruh signifikan positif Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil *Shop and Drive* di Surabaya.

Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan

Adanya pengaruh positif antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan memberikan manfaat yang baik bagi perusahaan dan terciptanya sikap baik konsumen, hal itu membentuk loyalitas pelanggan, dan membentuk *WOM (word of mouth)* suatu rekomendasi dari mulut-ke-mulut antar konsumen yang tentunya menguntungkan perusahaan.

Munari, Ielasi, & Bajetta (2013) dalam Ngo & Nguyen (2016: 106) ada banyak jenis hubungan antar kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan disarankan seperti kepuasan adalah inti dari loyalitas, kepuasan adalah salah satu komponen yang diperlukan dari loyalitas, kepuasan dan loyalitas adalah komponen dari loyalitas utama dan kepuasan sebagai titik awal dari loyalitas.

H3: Terdapat pengaruh signifikan positif Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil *Shop and Drive* di Surabaya.



Gambar 2.4
KERANGKA PEMIKIRAN

METODE PENELITIAN

Sampel

Sugiyono (2018: 131) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti tidak mengambil seluruh sampel pengguna bengkel *Shop and Drive* di Surabaya. Peneliti hanya mengambil sebagian sampel dari pengguna bengkel *Shop and Drive* di Surabaya sebanyak 74 responden. Perhitungan sampel dapat menggunakan rumus Green (1991) dalam Hermawan & Yusran (2017: 106) dengan rumus berikut:

$$N \geq 50 + 8P$$

$$N \geq 50 + 8(3)$$

$$N = 74 \text{ responden}$$

Sehingga penelitian ini membutuhkan sampel minimal 74 responden,

Peneliti hanya mengambil sebagian sampel dari pengguna layanan bengkel mobil *Shop and Drive* di Surabaya sebanyak 74 responden. Berdasarkan pemahaman diatas, maka ditetapkan kriteria responden sebagai berikut : (1) Usia responden mulai dari 22-60 tahun (2) Pelanggan bengkel mobil *Shop and Drive* di Surabaya. (3) Pengguna Bengkel mobil *Shop and Drive* di Kota Surabaya.

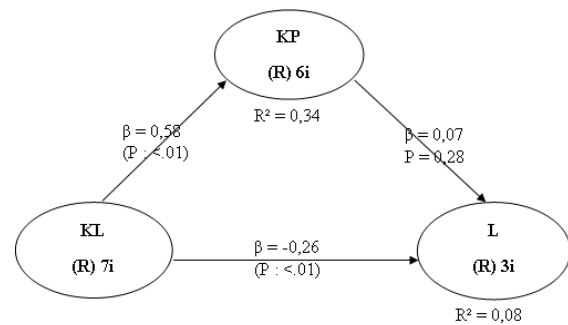
Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer, dimana data primer sebagai sumber utama, karena peneliti mengumpulkan data yang dibutuhkan dan mengolanya langsung dari subjek dan objek pada penelitian. Data didapatkan dengan kuisioner yang telah

dibagikan kepada responden yang telah ditentukan yaitu pengguna jasa bengkel mobil *Shop and Drive*.

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga variabel. Variabel bebas pada penelitian ini Kualitas Layanan, Variabel terikat Loyalitas Pelanggan, dan Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan.



Gambar 4.5
HASIL ESTIMASI MODEL

Alat Analisis

Analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan alat uji PLS SEM (*Partial Least Square Structural Equation Model*), yang bertujuan untuk menguji dan mengembangkan hubungan antar variabel, baik variabel independen, dependen dan intervening.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Kualitas Layanan

Kualitas Layanan adalah penilaian atau evaluasi responden atas kinerja pelayanan yang diberikan oleh Bengkel *Shop and Drive* di Surabaya, yang sebagai dasar kemampuannya untuk memuaskan pelanggan

Kepuasan Pelanggan

Penilaian responden atas perasaan atau sikap yang timbul dalam diri konsumen sebagai hasil evaluasi pelayanan yang diberikan bengkel *Shop and Drive* di Surabaya terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa

Loyalitas Pelanggan

Penilaian responden atas sikap dan perilaku individu untuk berlangganan menggunakan produk atau jasa layanan bengkel mobil *Shop and Drive* secara berulang kali dengan konsistensi yang tinggi, serta mempunyai komitmen positif terhadap bengkel *Shop and Drive*

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

TABEL 4.18
TABEL HASIL PENGARUH LANGSUNG ANTAR VARIABEL

No	Hubungan antar Variabel	Nilai β ; Nilai P-value	Keterangan
1.	H1 : KL → KP	β = 0,58 ; P : <0,01	Signifikan
2	H2 : KL → L	β = -0,26 ; P : <0,01	Signifikan
3	H3 : KP → L	β = 0,07 ; P : 0,28	Tidak Signifikan

Pada Gambar 4.5 dan Tabel 4.18 dapat dilihat bahwa Kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan sebesar 0,58 dan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan dikarenakan tingkat signifikansi $P < 0,01$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama pada penelitian dengan pernyataan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada studi kasus bengkel mobil *shop and drive* diterima.

Kualitas layanan memiliki pengaruh negatif terhadap Loyalitas pelanggan sebesar -0,26 dan pengaruh ini signifikan terhadap Loyalitas pelanggan dikarenakan tingkat signifikansi $P < 0,01$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua pada penelitian dengan pernyataan kualitas layanan berpengaruh signifikan negatif terhadap loyalitas pelanggan pada studi kasus bengkel mobil *shop and drive* diterima.

Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap Loyalitas pelanggan sebesar 0,07 dan pengaruh ini tidak signifikan terhadap

loyalitas pelanggan dikarenakan tingkat signifikan $P = 0,28$, maka dapat

Disimpulkan bahwa hipotesis ketiga pada penelitian dengan pernyataan kepuasan pelanggan berpengaruh tidak signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan pada studi kasus bengkel mobil *shop and drive* diterima.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini memberikan hasil yang sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Izogo & Ogba (2015: 254) dimana kualitas layanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan yang diperlihatkan pekerja bengkel mobil *shop and drive* dalam menangani pelanggannya dengan penuh perhatian, hal ini ditunjukkan dengan perlakuan pekerja atau karyawan bengkel yang selalu memberikan menyapa dengan baik, menanyakan keluhan pada masalah mobil pelanggan, memberikan arahan dan solusi yang seharusnya dilakukan pelanggan untuk merawat mobilnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan secara langsung terhadap responden, karyawan bengkel mobil *shop and drive* selalu bersikap sopan” memiliki tanggapan yang baik dari sebagian responden, hal ini menunjukkan bahwa bengkel mobil *shop and drive* mampu mengarahkan karyawan atau pekerja bengkel mobil *shop and drive* untuk menjamin melayani pelanggan dengan baik. Selain itu bengkel mobil *shop and drive* memberikan keamanan bagi pelanggannya dalam bertransaksi, bengkel *shop and drive* menyediakan sistem pembayaran melalui tunai, debit, maupun transfer, hal ini menunjukkan bahwa bengkel mobil *shop and drive* memiliki pelayanan yang jujur kepada pelanggan dan adanya sistem pembayaran yang aman dan terjaga, sehingga membantu

memudahkan pelanggan dalam membayar dan senyaman yang diinginkan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan secara langsung terhadap responden, responden memberikan tanggapan yang baik bahwa kualitas layanan yang diberikan bengkel mobil *shop and drive* sangat baik, karena bengkel *shop and drive* telah menggunakan peralatan modern yang digunakan dalam memperbaiki mobil pelanggan, pendapat ini didukung oleh hasil tanggapan responden yang memperoleh hasil “sangat setuju” akan pernyataan tersebut, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan bengkel mobil *shop and drive* sangat memberikan dampak positif untuk membangun rasa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan bengkel mobil *shop and drive* karena tentunya pelanggan menilai sikap yang ditunjukkan karyawan bengkel mobil *shop and drive* sangat menghormati pelanggannya.

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama pada penelitian dengan pernyataan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada studi kasus bengkel mobil *shop and drive* diterima.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pada penelitian ini memberikan pernyataan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan negatif terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini memberikan hasil yang berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Izogo & Ogba (2015: 254) dimana kualitas layanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini sebagian besar responden memberi tanggapan setuju bahwa pelayanan yang diberikan bengkel mobil *shop and drive* dalam menyediakan fasilitas ruang parkir yang cukup untuk pelanggan, tetapi berdasarkan wawancara yang dilakukan secara langsung terhadap responden yang dilakukan peneliti ada

beberapa yang menjawab ragu-ragu bahkan tidak setuju akan pernyataan tersebut, karena responden menilai tidak semua cabang bengkel *shop and drive* memiliki kapasitas ruang parkir yang cukup sehingga terkadang parkir di pinggir jalan raya yang tentunya hal ini akan membuat pelanggan tidak nyaman akan terjaganya mobil, selain itu dapat mengganggu pengguna jalan yang lain, hal seperti ini dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan kepada bengkel *shop and drive*. Hal ini dibuktikan sebagian responden memberi tanggapan ragu-ragu bahkan ada responden tidak setuju untuk menganggap bengkel *shop and drive* sebagai pilihan pertama dalam melakukan perawatan mobil.

Selain itu sebagian responden memberi tanggapan ragu-ragu dan bahkan ada yang memilih setuju bahwa responden bermaksud untuk membayar harga yang lebih tinggi daripada biaya pesaing karena manfaat yang diterima dari bengkel *shop and drive*, dapat diartikan adanya keinginan untuk membayar harga lebih daripada harga pesaing karena manfaat yang lebih yang diberikan *shop and drive* dan banyak pelanggan memilih ragu-ragu karena bimbang, dan hasil *mean* responden memilih tidak setuju, sehingga dapat dikatakan pelanggan tersebut tertarik dengan kualitas layanan yang diberikan, akan tetapi pelanggan belum bisa dianggap loyal terhadap bengkel *shop and drive*

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua pada penelitian dengan pernyataan kualitas layanan berpengaruh signifikan negatif terhadap loyalitas pelanggan pada studi kasus bengkel mobil *shop and drive* diterima.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil dalam penelitian ini memberikan pernyataan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh tidak signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan bengkel mobil *shop and drive*".Penelitian

ini memberikan hasil yang berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Izogo & Ogba (2015: 254) dimana Kepuasan Pelanggan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam kepuasan pelanggan salah satunya dengan adanya hal yang dapat diandalkan terhadap karyawan dalam menangani masalah pelanggan dan sikap karyawan yang menghormati pelanggan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti secara langsung terhadap responden, responden bertanggung jawab apabila dibandingkan dari keandalan dan sikap hormat karyawan bengkel mobil Toyota Auto2000 dalam menangani pelanggan, bengkel auto2000 lebih memiliki konsistensi dalam menangani pelanggan, mampu memberikan layanan tepat waktu, memahami kebutuhan pelanggan dan tentunya menghormati pelanggan, dibandingkan bengkel *shop and drive*. Berdasarkan wawancara tidak terstruktur yang dilakukan peneliti, responden berpendapat bahwa memang bengkel *shop and drive* dapat diandalkan dan membantu memberikan kemudahan dalam permasalahan mobil pelanggan, tetapi keandalan dalam memberikan pelayanan tepat waktu yang ada pada karyawan bengkel *shop and drive* kurang membantu.

Menumbuhkan sebuah loyalitas pelanggan pada bengkel mobil *shop and drive* berasal dari rasa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan bengkel mobil *shop and drive* namun variabel tersebut tidak terlalu menentukan.

Hasil analisis memperlihatkan bahwa meskipun para pelanggan memiliki rasa puas bukan berarti disebabkan oleh keinginan dalam mengembangkan loyalitas pada pelanggan.

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga pada penelitian dengan pernyataan kepuasan pelanggan berpengaruh tidak signifikan positif terhadap loyalitas

pelanggan pada studi kasus bengkel mobil *shop and drive* diterima.

Peran mediasi Kepuasan Pelanggan pada pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Hasil dalam penelitian ini memberikan pernyataan kualitas layanan berpengaruh signifikan negatif terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan telah terbukti namun kurang tepat dikarenakan ada pengaruh langsung namun tidak signifikan antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan dikarenakan P-value $<0,01$ ($>0,05$), namun koefisien VAF didapatkan sebesar -19%. Dengan kata lain, pengaruh kepuasan pelanggan tidak memediasi kualitas layanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh kualitas layanan memang tidak mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan, namun dengan didukung peran mediasi kepuasan pelanggan, pengaruh tersebut semakin membesar.

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke empat pada penelitian dengan pernyataan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi tidak mempengaruhi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan bengkel mobil *shop and drive* diterima.

KESIMPULAN SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Berdasarkan pada hasil analisis maka peneliti dapat menyimpulkan (1) Kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan bengkel mobil *shop and drive* di Surabaya (2) Kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap loyalitas pelanggan bengkel mobil *shop and drive* di Surabaya (3) Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan bengkel mobil *shop and drive* di Surabaya (4) Kepuasan pelanggan tidak memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas

pelanggan bengkel mobil *shop and drive* di Surabaya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan (1) Terdapat kendala yang bersifat situasional yaitu penyebaran kuisioner pada penelitian ini menggunakan 5 bengkel *shop and drive*, tidak hanya itu peneliti juga menyebarkan kepada *driver taxi online* yang menggunakan pelayanan bengkel *shop and drive* sehingga penyebaran kuisioner penelitian membutuhkan waktu yang lama (2) Terdapat kendala yang bersifat situasional yaitu pengisian kuisioner yang dapat mempengaruhi jawaban responden, seperti pengisian kuisioner yang sering dilakukan dengan buru-buru sehingga dibantu pada saat pengisian dan membaca per item pernyataan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun pihak lain.

Untuk Bengkel *Shop and Drive*

(1) Kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan bengkel *shop and drive*. Variabel kualitas layanan adalah variabel yang menjelaskan tentang hal-hal yang mempengaruhi rasa kepuasan pelanggan seperti keandalan dalam menangani masalah mobil, selalu bersikap sopan terhadap pelanggan, menggunakan peralatan modern dalam memperbaiki mobil, pelayanan yang diberikan *shop and drive* dirasa cukup dikarenakan *shop and drive* mampu memberikan keandalan dalam menangani masalah mobil, sikap sopan, dan peralatan modern yang digunakan yang dapat bersaing dengan bengkel lainnya hal itu sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan. Diharapkan bengkel *shop and drive* tetap menjaga konsistensi dalam menjaga kepuasan pelanggan dengan cara melakukan inovasi lain setiap tahunnya ataupun promosi yang lebih diperlihatkan disamping untuk

menjaga rasa puas dari pelanggan yang akan meningkatkan loyalitas pelanggan tetapi juga mencegah timbulnya rasa bosan sehingga pelanggan tetap loyal kepada *shop and drive* yaitu dengan cara menambahkan fasilitas lain yang belum ada di *shop and drive*.

(1) Kualitas layanan berpengaruh signifikan negatif terhadap loyalitas pelanggan bengkel *shop and drive*, sehingga hasil selanjutnya adalah hasil data yang didapatkan dari hasil olah data penelitian pada variabel kualitas layanan yang menjelaskan tentang fasilitas ruang parkir yang cukup untuk pelanggan *shop and drive*. Di harapkan *shop and drive* dapat mengevaluasi dan juga memperbaiki fasilitas ruang parkir untuk pelanggan yang membutuhkan.

Bagi peneliti selanjutnya Berdasarkan hasil uji peneliti sekarang, diharapkan dalam peneliti selanjutnya lebih memperhatikan lagi variabel yang lebih dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan bengkel mobil *shop and drive*. Untuk indikator dengan nilai loading faktor yang masih dipertimbangkan agar dapat diganti dengan indikator yang dapat memenuhi syarat validitas, lebih melakukan penelitian yang lebih baik lagi.

DAFTAR RUJUKAN

- Brady, M. K., Cronin Jr, J. J., & Brand, R. R. (2002). Performance-only measurement of service quality: a replication and extension. *Journal of Business Research*, 55(1), 17–31.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). Partial Least Squares, Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*.
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Kencana.
- Iqbal, M. S., Hassan, M. U., Sharif, S., & Habibah, U. (2017). Interrelationship among corporate image, service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: Testing the moderating impact of complaint handling. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(11), 667–688.
- Izogo, E. E., & Ogba, I.-E. (2015). Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32(3), 250–269.
- Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono. 2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta :ANDI
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ngo, V. M., & Nguyen, H. H. (2016). The relationship between service quality, customer satisfaction and customer loyalty: An investigation in Vietnamese retail banking sector. *Journal of Competitiveness*.
- Priyambodo, P. (2018). Analisis Korelasi Jumlah Kendaraan dan Pengaruhnya Terhadap PDRB di Provinsi Jawa Timur. *Warta Penelitian Perhubungan*, 30(1), 59–65.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta Selatan. Penerbit Salemba Empat.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. (A. Diana, Ed.). Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.