

**PPENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
BENGKEL HARDTOP SUNGGAL**

SKRIPSI

OLEH:

**AVALDO TOBING
188320107**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/6/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)26/6/23

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
BENGKEL HARDTOP SUNGGAL**

SKRIPSI

OLEH:

AVALDO TOBING

188320107



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/6/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)26/6/23

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
BENGKEL HARDTOP SUNGGAL**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Medan Area



OLEH:

**AVALDO TOBING
188320107**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/6/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)26/6/23

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal
Nama Mahasiswa : Avaldo Tobing
NPM : 188320107
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

Pembanding

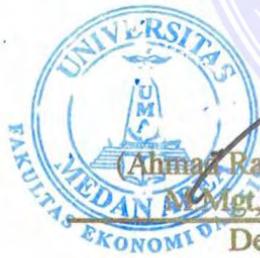
(Hesti Sabrina, SE, M.Si)

Pembimbing

(Eka Dewi Setia Tarigan, SE, M.Si)

Pembanding

Mengetahui :



(Ahmad Rafiki, BBA (Hons),
M.Mgt, Ph.D, CIMA)

Dekan

(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 12/April/2023

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BENGKEL HARDTOP SUNGGAL”** sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana adalah benar hasil karya tulis saya sendiri dan judul yang diangkat belum pernah diteliti dan dipublikasikan oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi untuk program S-1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Adapun sumber data serta informasi tertentu yang saya kutip dari berbagai sumber telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, serta etika dalam penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh sewaktu-waktu dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 12 April 2023

Yang Membuat Pernyataan



AVALDO TOBING

NPM. 188320107

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas Akademik Universitas Medan Area, saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : AVALDO TOBING

NPM : 188320107

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non-ekklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 12 April 2023
Yang Menyatakan,



AVALDO TOBING

NPM 188320107

RIWAYAT HIDUP



Nama	Avaldo Tobing
NPM	188320107
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 19 April 1999
Nama Orang Tua :	
Ayah	Charles Pangihutan L. Tobing
Ibu	Saida br. Hutahaean
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Swasta TD. Pardede Foundation
SMA/SMK	SMA Swasta RK DELI MURNI DISKI
Riwayat Studi di UMA	-
Pengalaman Pekerjaan	-
NO. HP/WA	081262333280
Email	tobingavaldo@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of Service Quality and Location on Customer Loyalty at the Sunggal Hardtop Workshop. The research method used is quantitative research, where variables are measured using a Likert scale. The data collection method was carried out by means of a questionnaire (questionnaire). The population in this study is the customers of the Sunggal Hardtop Workshop on Jl. Church, Love Peace, Kec. Helvetian Field. The sample in this study amounted to 67 respondents. Data processing uses SPSS software version 25. The analysis used is Data Analysis Techniques, Classical Assumption Test, Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, Multiple linear Regression Analysis, Coefficient of Determination, Hypothesis Test, Partial Test, Simultaneous Significance Test. The results showed that the Adjusted Square (R²) value was 0.484 or 48.4%. So it can be concluded that the independent variables (Service Quality and Location) can influence the dependent variable (Customer Loyalty) by 48.4% and the remaining 51.6% is influenced by other variables not examined in this study. The result of the Fcount test is 31,898 which means that $F_{count} > F_{table}$ where $31,898 > 2.742$. So that together (simultaneously) all the independent variables (Quality of Service and Location) have a positive and significant effect on the dependent variable (Customer Loyalty).

Keywords: *Service Quality, Location, Customer Loyalty*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal. Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif, dimana variabel diukur dengan skala likert. Metode pengumpulan data dilakukan dengan Angket (Kusioner). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pelanggan Bengkel Hardtop Sunggal di Jl. Gereja, Cinta Damai, Kec. Medan Helvetia. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 67 Responden. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Analisis yang di gunakan adalah Teknik Analisis Data, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedasitas, Analisis Regresi linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis, Uji Parsial, Uji Signifikansi Simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Adjusted Square (R^2) sebesar 0,484 atau 48,4%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Lokasi) dapat mempengaruhi variabel dependen (Loyalitas Pelanggan) sebesar 48,4% dan sisanya 51,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji F_{hitung} sebesar 31.898 yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana $31.898 > 2,742$. Sehingga secara bersama-sama (simultan) semua variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Lokasi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent (Loyalitas Pelanggan).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Lokasi, Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada tuhan yang maha esa yang telah memberikan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Hardtop Sunggal”**. Adapun penyusunan skripsi, penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya atas keterbatasan waktu dan pengetahuan sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya karena atas dukungan dan doa yang tidak ternilai harganya demi kelancaran dan keberhasilan penulis dalam menyusun skripsi ini.

Dan tidak lupa dalam kesempatan ini, perkenankan penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Sari Nuzulinna Rahmadhani, SE, Ak, M.Acc selaku Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat merangkap Gugus Jaminan Mutu.

4. Ibu Nindya Yunita, S.pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen
5. Ibu Hesti Sabrina, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak saran dan masukan pada skripsi ini.
6. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si selaku Dosen Sekretaris yang telah memberikan banyak saran dan masukan pada skripsi ini.
7. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak saran dan masukan pada skripsi ini.
8. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si selaku Dosen Sekretaris yang telah memberikan banyak saran dan masukan pada skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
10. Seluruh Pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
11. Kepada kedua orang tua tercinta Bapak Charles Pangihutan L Tobing dan Ibunda Saida br. Hutahaean yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, doa yang tiada henti dan semua pengorbanan yang tidak akan pernah terbalaskan oleh peneliti, tanpa Bapak dan Ibunda peneliti tidak berarti apa-apa.
12. Kepada abang saya Heryanto Tobing, adek saya Nico Tobing dan Kenzo Tobing yang tercinta yang telah memberikan doa dan dorongan keceriaan yang diberikan berbagai kesempatan hidup kepada peneliti.
13. Kepada semua keluarga saya yang tercinta yang telah memberikan doa atau semangat kepada peneliti.

14. Kepada para sahabat saya Fery Halomoan, Bobi Marson Manalu, Herisman Sitohang, Ariq Abiir Miraza, Edwin Sinaga, Rio Parada, Rifai Pasaribu, Fikri Abrar, Riza Lutfhi, Linus Semar Sinuhaji, Fahri Azhar yang selalu memberikan semangat, dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

15. Serta rekan-rekan angkatan 2018 terkhusus Manajemen A1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

16. Kepada Remina Silitonga selaku kekasih saya yang terus memberikan dukungan dengan tulus untuk berjuang menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir/skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tugas akhir/skripsi ini. Penulis berharap tugas akhir/skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan, 12 April 2023

Penulis



(AVALDO TOBING)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINILITAS	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
RIWAYAT HIDUP	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Uraian Pustaka.....	6
2.1 Loyalitas Pelanggan.....	6
2.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	6
2.1.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	7
2.1.3 Indikator–indikator Loyalitas Pelanggan.....	8
2.2.1 Kualitas Pelayanan.....	9
2.2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
2.2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	10
2.2.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	10
2.2.1.4 Indikator-indikator Kualitas Pelayanan.....	11
2.3 Lokasi	12
2.3.1 Pengertian Lokasi	12
2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Lokasi	12
2.3.3 Tahap-Tahap Proses Pemilihan Lokasi.....	13
2.3.4 Indikator-Indikator Lokasi.....	14
2.4 Penelitian Terdahulu.....	15
2.5 Kerangka Konseptual	16
2.6 Hipotesis	17

BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian	18
3.1.1 Jenis penelitian.....	18
3.1.2 Tempat Penelitian	18
3.1.3 Waktu Penelitian.....	18
3.2 Populasi dan Sampel	19
3.2.1 Populasi.....	19
3.2.2 Sampel	19
3.2.3 Definisi Operasional	20
3.2.4 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	21
1. Daftar Pertanyaan (Questioner).....	21
2. Wawancara (Interview).....	22
3. Studi Dokumentasi	22
3.2.6 Teknik Analisis Data	22
1. Uji Asumsi Klasik.....	23
a. Uji Normalitas	23
b. Uji Multikolinearitas	24
c. Uji Heteroskedastisitas	24
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	24
3. Koefisien Determinasi (R^2).....	25
4. Uji Hipotesis	25
a. Uji Parsial (Uji t).....	25
b. Uji Simultan (Uji F)	26
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	27
4.1 Sejarah Singkat Bengkulu	27
4.2 Hasil Penelitian.....	28
4.2.1 Deskripsi Identitas Responden	28
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden	30
4.2.3 Teknik Analisis Data	34
4.3 Pembahasan Penelitian	44
4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	44
4.3.2 Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan	45
4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	47

5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	49



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Empiris	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Rencana Penelitian	18
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel	20
Tabel: 3.3 Tabel Skala Likert	22
Tabel 4.1 Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 4.2 Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Usia	28
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi dan Persentase Pekerjaan	29
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	30
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Lokasi	32
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	33
Tabel 4.6 Data Uji Kolmogrov Smirnov	35
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas	38
Tabel 4.9 Uji Glejser	40
Tabel 5.0 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	41
Tabel 5.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi	42
Tabel 5.2 Uji Parsial	43
Tabel 5.3 Uji Simultan	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2: Kerangka Konseptual.....	16
Gambar 4.1 Bengkel Hardtop Sunggal	27
Gambar 4.2 Grafik Normality Probability Plot.....	36
Gambar 4.3 Histogram Loyalitas Pelanggan	37
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas	39



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia usaha di seluruh dunia. Pasar semakin luas dan dunia usaha semakin lebar. Namun disisi lain persaingan semakin ketat dan sulit. Kondisi seperti ini yang membuat perusahaan di tuntut harus kompetitif dan mempunyai keunggulan produk atau jasa dari para pesaing yang berkecimpung dalam usaha yang sama. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus menghasilkan produk barang atau jasa yang berkualitas, serta pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga akan muncul kepuasan dan loyalitas dalam benak pelanggan dan diharapkan akan membawa dampak yang positif bagi perusahaan.

Di zaman modern ini kendaraan roda empat merupakan barang kebutuhan yang mendasar bagi kalangan menengah ke atas, bisa dibuktikan dengan tingginya angka penjualan mobil dalam beberapa tahun belakangann ini, baik penjualan mobil baru maupun mobil bekas. Dengan jumlah pengguna kendaraan roda empat yang semakin tak terkendali menimbulkan permasalahan yang baru, yaitu tidak selamanya kendaraan yang dipakai itu selalu dalam keadaan baik. Pasti ada waktunya kendaraan mengalami kerusakan dan membutuhkan perbaikan. Maka inilah yang membuat adanya peluang bisnis bagi jasa perbengkelan mobil. Sehingga seiring berjalannya waktu pelaku bisnis di bidang jasa bengkel ini pun semakin menjamur dengan berbagai macam harga dan fasilitas yang dimilikinya, yang akan memberikan pilihan bagi konsumen dalam menggunakan jasa bengkel tersebut.

Persaingan yang semakin ketat akan membuat persaingan bisnis semakin bergairah dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen, bertujuan untuk memberi rasa puas terhadap pelanggan dan dapat memiliki daya saing dibandingkan kompetitor.

Menurut Kotler dan Keller (2009) kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahan terkuat perusahaan untuk mempertahankan

pertumbuhan dan penghasilan. Kualitas pelayanan adalah poin utama dalam jasa perbengkelan ini, jika pelayanan yang diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen. Kualitas pelayanan juga sebuah syarat penting untuk melayani pelanggan dengan maksimal. Agar pelanggan bisa terus-menerus datang ke sebuah usaha.

Menurut Kotler (2008) Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan komunitas. Begitu juga dengan lokasi, lokasi juga menentukan kesuksesan perusahaan. Dikarena lokasi adalah salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi. Selain itu, penyedia dimungkinkan mengkombinasikan keduanya.

Maka dua hal tersebut terjadinya loyalitas pelanggan yang akan meningkatnya penjualan bagi produk atau jasa pada perusahaan. Loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*) yaitu wujud kesetiaan konsumen untuk menggunakan suatu produk atau jasa dengan *continue* atau terus menerus, karena memiliki kepuasan yang tinggi terhadap jasa yang digunakan. Menurut Tjiptono (2004) Loyalitas Konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam jangka panjang.

Bengkel yang di teliti penulis berada di Jalan Gereja, Cinta Damai, Kec. Medan Helvetia, nama bengkel yang diteliti Bengkel Hardtop Sunggal. Bengkel Hardtop Sunggal merupakan bengkel mobil untuk mobil Hardtop dan mobil pribadi lainnya. Bengkel Hardtop Sunggal memiliki lokasi atau posisi bengkel yang kurang strategis, dimana bengkel tersebut berada di jalan Gereja, kurang lebih 300 meter dari jalan raya. Maka pelanggan akan kesulitan untuk menemukan Bengkel Hardtop Sunggal. Oleh sebab itu, penulis meneliti Bengkel Hardtop Sunggal.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis dilapangan konsumen sering mengeluhkan mengenai kepuasan konsumen dalam memperbaiki mesin, body dan mengecat body mobil Toyota hardtop. Serta loyalitas pelanggan dalam mempercayakan menggunakan produk atau jasa di Bengkel Hardtop Sunggal Medan.

Tabel 1.1 Data Empiris

Tahun 2021	Jumlah Pelanggan	Puas	Kurang Puas
Januari	17	7	10
Februari	15	7	8
Maret	16	6	10
April	13	5	8
Mei	18	7	11
Juni	14	6	8
Juli	15	6	9
Agustus	19	8	11
September	18	8	10
Oktober	20	9	11
November	19	8	11
Desember	16	7	9
Total	200	84	116

Berdasarkan dari tabel diatas, dijelaskan bahwa pada tahun 2021 setiap bulannya mendapatkan belasan pelanggan. Dimana ada yang merasa Puas dan Kurang Puas dengan pekerjaan dan pelayanan di Bengkel Hardtop Sunggal.

Bengkel Hardtop memiliki permasalahan pada pelayanan dan lokasi. Dikarenakan penulis menyurvei dan mewawancarai bahwa pelayanan dan bengkel Hardtop Sunggal dari bulan Januari ke bulan Desember pada tahun 2021. Di bulan September kebanyakan kurang puas menurut pendapat para pelanggan, Oktober juga menurun, November naik, dan Desember menurun lagi. Terjadi penurunan dikarenakan pelayanan dari pekerja bengkel kurang maksimal dalam mengatasi masalah. Pekerja bengkel Hardtop bertele-tele dalam melaksanakan tugas diberikan bos Hardtop. Kurangnya pengawasan bos pada pekerja bengkel Hardtop. Pekerja bengkel Hardtop memakan waktu yang lama untuk menyelesaikan suatu masalah. Tempat atau posisi dari bengkel Hardtop kurang memadai masalah parkir. Dikarenakan sedikit lahan parkir pada bengkel Hardtop.

Oleh sebab itu, loyalitas pelanggan pada bengkel Hardtop menurun. Dikarenakan pelayanan dan lokasi dari bengkel tersebut. Berdasarkan uraian

permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Hardtop Sunggal”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal?
2. Apakah lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal?
3. Apakah kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dilakukanya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan nilai positif terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal.
2. Untuk mengetahui lokasi dengan nilai positif terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas dan lokasi dengan nilai positif terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, menambah wawasan dan memperdalam pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan.
2. Bagi peneliti lain dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk melakukan penelitian selanjutnya.
3. Bagi akademisi, sebagai asset pustaka yang diharapkan dapat dimanfaatkan oleh seluruh kalangan akademisi, baik dosen maupun mahasiswa, dalam upaya memberikan pengetahuan, informasi dan sebagai proses pembelajaran.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Uraian Pustaka

2.1 Loyalitas Pelanggan

2.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah kecenderungan pelanggan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tingkat konsistensi yang tinggi. Loyalitas pelanggan akan menjadi kunci sukses tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Hal ini karena loyalitas pelanggan memiliki nilai strategik bagi perusahaan. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jadi semakin lama loyalitas seorang pelanggan, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Sedangkan menurut Sangadji dan Sopiah (2013) mengatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Selanjutnya Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) mendefinisikan loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa sebagai respons yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi dan kendala pragmatis. Menjaga pelanggan tetap senang dan loyal merupakan tantangan bagi perusahaan dan cara terbaik untuk bertahan dalam persaingan. Menurut Hasan (2014) mengatakan loyalitas pelanggan adalah

orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut.

Berdasarkan beberapa defenisi-defenisi dari beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut.

2.1.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Menurut Hasan (2014) faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah :

1. Kepuasan Pelanggan (*Customer satisfaction*).
Kepuasan pelanggan dipertimbangkan sebagai prediktor kuat terhadap kesetiaan pelanggan termasuk rekomendasi positif, niat membeli ulang dan lain-lain.
2. Kualitas Produk atau layanan (*Service quality*)
Kualitas produk atau layanan berhubungan kuat dengan kesetiaan pelanggan. Kualitas meningkatkan penjualan dan meningkatkan penguasaan pasar, dan mengarahkan/ memimpin konsumen ke arah kesetiaan.
3. Citra Merek (*Brand Image*)
Citra merek muncul menjadi faktor penentu kesetiaan pelanggan yang ikut serta membesarkan/membangun citra perusahaan lebih positif.
4. Nilai yang dirasakan (*Perceived value*)
Nilai yang dirasakan merupakan perbandingan manfaat yang dirasakan dan biaya-biaya yang dikeluarkan pelanggan diperlakukan sebagai faktor penentu kesetiaan pelanggan.
5. Kepercayaan (*trust*)
Kepercayaan didefenisikan sebagai persepsi kepercayaan terhadap

keandalan perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistematis tentang harapan terhadap tawaran perusahaan.

6. Relasional pelanggan (*customer relationship*)

Relasional pelanggan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap proporsionalitas rasio biaya dan manfaat, rasio biaya dan keuntungan dalam hubungan yang terus menerus dan timbal balik.

7. Biaya Peralihan (*Switching cost*)

Dalam kaitannya dengan pelanggan, switching cost ini menjadi faktor penahan atau pengendali diri dari perpindahan pemasok/penyalur produk dan mungkin karenanya pelanggan menjadi setia.

8. Dependabilitas (*reliability*)

Tidak hanya sebatas kemampuannya menciptakan superior nilai bagi pelanggan, tetapi juga mencakup semua aspek capaian organisasi yang berkaitan dengan apresiasi publik terhadap perusahaan secara langsung berdampak pada kesetiaan pelanggan.

Berdasarkan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction*), kualitas produk atau layanan (*Service quality*), citra merek (*Brand Image*), nilai yang dirasakan (*Perceived value*), kepercayaan (*trust*), relasional pelanggan (*customer relationship*), biaya peralihan (*Switching cost*), dependabilitas (*reliability*).

2.1.3 Indikator–indikator Loyalitas Pelanggan

Menurut Jeremia dan Djurwati (2019) loyalitas pelanggan merupakan sebuah hasil yang didapat dari kepuasan pelanggan akan sebuah produk barang atau jasa, loyalitas ini memberikan dampak positif bagi perusahaan seperti pelanggan yang loyal melakukan pembelian yang berulang- ulang pada produk perusahaan.

Menurut Tjiptono (2012) dalam Robby Dharma (2017) menjelaskan bahwa Indikator loyalitas konsumen sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian ulang adalah niat beli yang dilakukan konsumen

- lebih dari satu kali pembelian
2. Merekomendasikan kepada pihak lain adalah menyarankan atau merekomendasikan kepada orang lain mengenai produk yang ia beli
 3. Tidak berniat untuk pindah adalah konsumen setia terhadap produk atau merek yang disukainya dan enggan berpindah merek
 4. Membicarakan hal-hal positif adalah berbicara hal-hal positif produk yang dibeli.

2.2.1 Kualitas Pelayanan

2.2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu proses di mana memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk menggapai loyalitas pelanggan yang di mulai dari memperlakukan pelanggan dengan baik sehingga menimbulkan kesan yang membuat konsumen merasa senang akan proses yang terjadi ketika adanya suatu transaksi. Menurut (Khoirullah, Haryono, Wulan, 2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki efek terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Abedniya, et.al dalam Mardo (2016) mengemukakan bahwa, “Kualitas Pelayanan yang dirasakan adalah merupakan suatu skala atau ukuran bagi perusahaan untuk mengukur seberapa banyak perusahaan berhasil memberikan solusi pada permasalahan pelanggan”.

Menurut Tjiptono (2014) mengemukakan bahwa “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen”. Menurut Rasyid dalam Lupiyoadi (2017) mendefinisikan bahwa “Kualitas pelayanan (*Service Quality*) sebagai seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh”.

Menurut Rasyid dalam Subihani (2017) “Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*)”.

Menurut Lewis & Booms,dkk (dalam Atmaja 2018) mengemukakan bahwa, “Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Kesimpulan dari teori para ahli diatas bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan dari suatu aktifitas perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Dalam pelayanan jasa, kualitas pelayanan sangat penting untuk mengukur kepuasan masyarakat dalam pelayanan di suatu perusahaan atau instansi.

2.2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Berry dan Parasuraman (dalam Priansa, 2017) menyatakan dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila pelayanan yang diterima lebih menyenangkan dibanding harapan, maka akan menimbulkan kepuasan. Sebaliknya apabila pelayanan yang diterima kurang dari harapannya, maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan jelek. Kualitas mempunyai hubungan yang erat sekali dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan.

2.2.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan jasa mempunyai beberapa dimensi, dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas yang paling sering digunakan sebagai acuan adalah:

- a. Reliabilitas, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b. Responsivitas, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap.
- c. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan;

- bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan.
- d. Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen.
 - e. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi (Tjiptono dan Chandra, 2012).

2.2.1.4 Indikator-indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016), mengemukakan terdapat lima indikator kualitas pelayanan antara lain:

- a. Keandalan (*Reliability*)
Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, terpercaya, akurat serta konsisten.
- b. Ketanggapan (*Responsiveness*) Ketanggapan adalah suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan ke pelanggan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan pelanggan.
- c. Jaminan (*Assurance*)
Jaminan adalah mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.
- d. Empati (*Empathy*)
Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- e. Berwujud (*Tangibles*)
Berwujud adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan yang baik yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

2.3 Lokasi

2.3.1 Pengertian Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono (2014) "Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya." Menurut Ujang Suwarman (2004), "Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja".

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Pemilihan lokasi harus memperhatikan potensi pasar yang tersedia di sekitar lokasi tersebut. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis lokasi yang ditempati akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi merupakan salah satu konsep dasar geografi terpenting, arena lokasi dapat menunjukkan posisi suatu tempat, benda atau gejala di permukaan bumi.

Pemilihan lokasi menurut Buchari Alma (2013) memilih lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang. Dan selanjutnya menurut Heizer & Render (2011) tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Keputusan lokasi sering bergantung kepada tipe bisnis. Pada analisis lokasi di sektor industri strategi yang dilakukan terfokus pada minimalisasi biaya, Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur mendapatkan bahwa biaya cenderung sangat berbeda di lokasi yang berbeda, sementara pada sektor jasa, fokus ditujukan untuk memaksimalkan pendapatan. Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur mendapatkan bahwa biaya cenderung berbeda di antara lokasi yang berbeda.

2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Lokasi

Menurut Kotler, faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan

lokasi antara lain:

- a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum
- b. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan
- c. Tempat parkir yang luas dan aman
- d. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perlunasan usaha dikemudian hari
- e. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

Lokasi memegang peranan yang penting dalam melakukan usaha. Karena berkaitan dengan dekatnya lokasi usaha dengan pusat keramaian, mudah dijangkau (aksesibilitas), aman, dan tersedianya tempat parkir yang luas, pada umumnya lebih disukai konsumen. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Sehingga dengan demikian, ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

2.3.3 Tahap-Tahap Proses Pemilihan Lokasi

Menurut Teguh Astriyanto cara pemilihan lokasi yang lebih pragmatis menggunakan tiga langkah sebagai berikut: Pertama, memilih wilayah (daerah) secara umum. Untuk ini ada lima faktor sebagai dasar yaitu (1) dekat dengan pasa, (2) dekat dengan bahan baku, (3) tersedianya fasilitas pengangkutan,(4) terjaminnya pelayanan umum seperti penerangan listrik,air,bahan bakar dan (5) kondisi iklim dan lingkungan yang menyenangkan. Kedua, memilih masyarakat tertentu diwilayah yang dipilih pada pemilihan tingkat pertama. Pilihan didasarkan atas enam faktor: (1) tersedianya tenaga kerja secara cukup dalam jumlah dan tipe skill yang diperlukan,(2) tingkat upah yang lebih murah, (3) adanya perusahaan yang bersifat suplemeneter atau komplemeneter dalam hal bahan baku , hasil produksi, buruh dan tenaga terampil yang dibutuhkan, (4) adanya kerjasama yang baik antar sesame perusahaan yang ada, (5) peraturan daerah yang menunjang, dan (6) kondisi kehidupan masyarakat

yang menyenangkan. Ketiga, memilih lokasi tertentu. Pertimbangan utama pada langkah ini adalah soal tanah. Adakah tanah yang cukup longgar untuk bangunan, halaman, tempat parker dan tidak boleh dilupakan adanya kemungkinan untuk perluasan.

2.3.4 Indikator-Indikator Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono (2014) Indikator - indikator Lokasi adalah sebagai berikut:

- a. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum.
- b. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c. Lalu lintas (*traffic*), menyangkut dua pertimbangan utama:
 1. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 2. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan.
- d. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- e. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
- f. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan.
- g. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi bengkel, perlu dipertimbangkan apakah dijalan/daerah yang sama terdapat bengkel lainnya.

2.4 Penelitian Terdahulu

Untuk membandingkan hasil penelitian yang digunakan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu yang menunjang atau untuk memperkuat penelitian yaitu berdasarkan tabel berikut ini :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

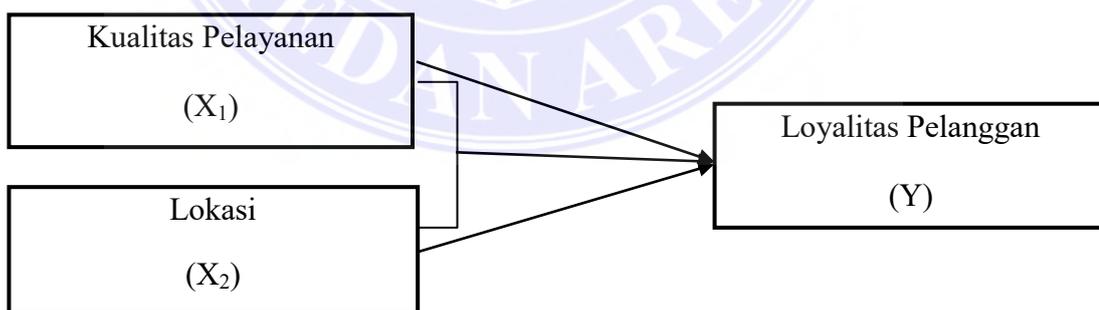
NO	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	M. Aldy Yazni Utama (2017)	“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil Toyota Setiajaya Parung”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan 2. Harga 3. Lokasi 4. Loyalitas Pelanggan 	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa variable bebas yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
2.	Fatchur Rachman (2014)	“Pengaruh Kualitas Layanan, Harg a, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan 2. Harga 3. Lokasi 4. Kepuasan Pelanggan 	Berdasarkan model regresi linier berganda ini dapat dijelaskan bahwa : (1) Konstanta sebesar 3,435 menunjukkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan (K), harga (H) dan lokasi (L) terhadap kepuasan pelanggan (Kp), artinya apabila variabel bebas tersebut sama dengan nol, maka diprediksikan kepuasan pelanggan (Kp) di bengkel Auto 2000 Cabang Sungkono Surabaya naik sebesar 3,435 satuan. (2) Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (K) sebesar 0,365, berarti jika kualitas pelayanan (K) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (Kp) di bengkel Auto 2000 Cabang Sungkono Surabaya akan mengalami kenaikan sebesar 0,365 satuan.
3.	Masyrifat ul Amal (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Dealer Resmi Honda Kompo Motor Purbalingga)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Layanan 2. Kepuasan Pelanggan 	Dari hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian sepeda motor di Dealer Resmi Honda Kompo Motor Purbalingga. Hal ini berdasarkan korelasi Rank Spearman 0,619. Artinya menunjukkan korelasi yang kuat dengan arah positif. Pengujian analisis regresi ordinal uji prediktif membandingkan kategori rendah dan sedang ke baseline yang tinggi bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sign < 0,05.

NO	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Muhamm ad Maskur (2016)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan(Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang)	1. Kualitas Pelayanan 2. Harga 3. Kepuasan Pelanggan 4. Loyalitas Pelanggan	Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (0,191), harga (0,215) dan kepuasan pelanggan (0,352), semuanya berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dari uji F diperoleh hasil kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan, semuanya berpengaruh signifikan (0,000) secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Dari uji t diperoleh hasil kualitas pelayanan (0,043), dan kepuasan pelanggan (0,003), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan harga (0,071) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan hasil penelitian yang akan mencapai. Kerangka konseptual menurut variabel yang teliti beserta indikatornya. Kerangka konseptual dari suatu gejala sosial yang memadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji (Sugiyono:2012).

Berdasarkan teori yang telah dideskripsikan, maka kerangka pemikiran penelitian dan pradigma penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.2: Kerangka Konseptual

2.6 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016), “hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan”.

Maka yang menjadi hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh dengan nilai positif terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal.
2. Lokasi berpengaruh dengan nilai positif terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal.
3. Kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh dengan nilai positif terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka kemudian menarik kesimpulan. Di dalam penelitian ini digunakan pendekatan *asosiatif*. Pendekatan *asosiatif* ini digunakan karena menggunakan dua atau lebih variabel guna mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel satu dengan variabel lainnya.

3.1.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Bengkel Hardtop Sunggal yang bertempat di Jl. Gereja, Cinta Damai, Kec. Medan Helvetia, nomor handphone 081397406500.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang direncanakan dan akan dilaksanakan adalah dari bulan Juli 2022 sampai dengan Agustus 2022. Berikut waktu penelitian yang penulis rencanakan :

Tabel 3.1
Rencana Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	2021	2022					2023	
		Okt	Jun	Jul	Sept	Okt	Des	Jan	Feb
1.	Pengajuan Judul								
2.	Penyusunan Proposal								
3.	Bimbingan Proposal								
4.	Seminar Proposal								
5.	Pengumpulan Data								
6.	Analisis Data								
7.	Penyusunan Skripsi								
8.	Bimbingan Skripsi								
9.	Seminar Hasil								

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan perbaikan mobil di Bengkel Hardtop Sunggal. Sehubungan dengan penelitian ini, maka yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan dari bulan Januari 2021 – Januari 2022 dengan jumlah 200 orang.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan cara acak sederhana melalui daftar bilangan random, sehingga setiap elemen populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi anggota sampel yang akan diteliti, Sugiyono (2012).

Dalam penentuan besar sampel, penulis menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

Dimana : n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Taraf Kesalahan (Standard Error 10%)

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$n = \frac{200}{1 + (200(0,1)^2)}$$

= 66,6 dibulatkan menjadi 67 Responden

Jadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 67 orang. Menurut oleh Sugiyono (2012) bahwa ukuran tentang sampel harus berkisar antara 30 sampai 500 orang. Dengan menarik sampel sebanyak 67 orang diharapkan pada penelitian ini akan memperoleh hasil yang akurat.

3.2.3 Definisi Operasional

Defenisi operasional adalah untuk mengetahui pengertian terhadap variabel- variabel yang diteliti di dalam perusahaan maupun dilapangan sehingga memudahkan di dalam penelitian, dari penelitian ini dapat diambil defenisi operasional sebagai berikut:

Tabel 3.2
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Loyalitas Pelanggan (Y)	Kecenderungan pelanggan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tingkat konsistensi yang tinggi	1) Melakukan pembelian lain 2) Merekomendasikan kepada pihak lain 3) Tidak berniat untuk pindah 4) Membicarakan hal-hal positif	<i>Likert</i>
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Suatu proses di mana memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk menggapai loyalitas pelanggan yang di mulai dari memperlakukan pelanggan dengan baik sehingga menimbulkan kesan yang membuat konsumen merasa senang akan proses yang terjadi ketika adanya suatu transaksi	1) Keandalan 2) Ketanggapan 3) Jaminan 4) Empati 5) Berwujud	<i>Likert</i>
Lokasi (X ₂)	Salah satu konsep dasar geografi terpenting, arena lokasi dapat menunjukkan posisi suatu tempat, benda atau gejala di permukaan bumi	1) Akses 2) Vasibilitas 3) Lalu Lintas 4) Tempat parkir yang luas 5) Ekspansi 6) Lingkungan 7) Persaingan	<i>Likert</i>

3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Sumber data yang digunakan penulis adalah :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh melalui penelitian langsung ke objek penelitian yang masih harus di olah oleh penulis.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber lain dalam bentuk laporan dan publikasi, sering juga disebut data eksternal yang didapat dari luar bengkel seperti buku-buku dan media lainnya.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian berupa data data mengenai setiap variabel (Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Loyalitas Pelanggan). Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan:

1. Daftar Pertanyaan (Questioner)

Sugiyono (2012) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bias diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Di dalam penelitian ini skala angket yang digunakan adalah *skala likert* dengan bentuk *checklist*, dimana setiap opsi pernyataan mempunyai lima opsi jawaban yaitu:

Tabel: 3.3
Tabel Skala Likert

KATEGORI	BOBOT
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-Ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

2. Wawancara (Interview)

Teknik yang penulis lakukan yaitu secara lisan dengan melakukan wawancara langsung kepada konsumen Bengkel Hardtop Sunggal.

3. Studi Dokumentasi

Yaitu dengan mempelajari data-data yang ada dalam perusahaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.2.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut. Alat uji statistik yang digunakan adalah:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi norma. Dengan kata lain, uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sifat distribusi data penelitian yang berfungsi untuk mengetahui apakah sampel yang diambil normal atau tidak dengan menguji sebaran data yang dianalisis. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan 2 alat uji, yaitu:

1) Uji *Kolmogrov Smirnov*, dalam uji ini pedoman yang digunakan dalam loyalitas pelanggan, yaitu:

- a) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal
- b) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka distribusi data normal

Hipotesis yang digunakan:

- a) H_0 : data residual berdistribusi normal
- b) H_a : data residual tidak berdistribusi normal

2) Grafik *Normality Probability Plot*, ketentuan yang digunakan adalah:

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3) Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*Bell shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data menceng ke kanan atau menceng ke kiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah di dalam model analisis regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolinearitas dapat diketahui dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen, dapat dilihat dari:

- 1) *Tolerance value*.
- 2) Nilai *variance inflation factor* (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *cutoff* yang umum digunakan adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan VIF di atas 10. Apabila nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel dalam model regresi (Ghozali 2011).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linier kesalahan pengganggu (ϵ) mempunyai varians yang sama atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menguji Heteroskedastisitas dapat diketahui dari nilai signifikan korelasi *rank spearman* antara masing-masing variabel independen dengan residualnya. Kriteria pengambilan keputusannya adalah :

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka terdapat gejala heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis yang digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk angka. Berdasarkan uraian yang telah

digunakan pada jenis variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independen maka analisis yang digunakan oleh penulis adalah jenis analisis regresi linier berganda. Model analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen baik secara bersama-sama maupun secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan program *Software SPSS 16.0 for windows (Statistical Package for Social Science)*. Adapun persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut (Salvatore, 2005):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana: Y = Loyalitas Pelanggan
 a = Konstanta
 b₁, b₂, = Koefisien Regresi Variabel X₁, X₂
 X₁ = Kualitas Pelayanan
 X₂ = Lokasi
 e = Terms of error (variabel yang tidak teliti)

3. Koefisien Determinasi (R²)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien detreminasi (adjusted R²) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 (0 < adjusted R² < 1), dimana nilai koefisien harus < 1, menjelaskan hubungan variabel bebas X₁, X₂ terhadap variabel Y dimana nilai tersebut menjelaskan hubungan tersebut.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan

asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

Kriteria pengujian :

Dimana : $t_{hitung} > t_{tabel}$ = Jika variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat
 $t_{hitung} < t_{tabel}$ = Jika variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$) Uji Simultan (Uji F)

Kriteria pengujian :

Dimana : $F_{hitung} > F_{tabel}$ = Jika variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
 $F_{hitung} < F_{tabel}$ = Jika variabel bebas tidak berpengaruh Terhadap variabel terikat

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah dijelaskan maka dapat ditarik kesimpulan yang dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal. Sehingga hipotesis pertama diterima. Artinya Kualitas Pelayanan memiliki nilai tambah, maka Loyalitas Pelanggan semakin tinggi.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal. Sehingga hipotesis kedua diterima. Artinya apabila Lokasi memiliki nilai tambah, maka akan memberikan lokasi pelanggan yang maksimal.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal. Sehingga hipotesis diterima. Sehingga secara bersama-sama (simultan) semua variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Lokasi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent (Loyalitas Pelanggan).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat di berikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini di harapkan dapat digunakan oleh pihak terkait supaya dapat meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan dengan lebih memperhatikan kondisi lokasi seperti ruang tunggu, kenyamanan, memperhatikan kebersihan bengkel. Karena dari hasil penelitian hal tersebut yang menjadi permasalahan terhadap Loyalitas pelanggan pada Bengkel Hardtop Sunggal. Pihak terkait juga lebih peka mempelajari bagaimana kualitas pelayanan dan memberikan layanan yang baik, sehingga pelanggan merasakan loyalitas pelanggan dan pelanggan semakin percaya terhadap bengkel kita.
2. Hasil penelitian ini di harapkan dapat di gunakan sebagai referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian berkaitan dengan kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan meskipun penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Citra Perusahaan , Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 79–89.
- Dharma, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, 6(2), 349–359.
<http://lppm.upiypk.ac.id/ekobistek/index.php/EKOBISTEK/article/view/143>
- Dulkhatif, Haryono, A. T., & Moh Mukeri Warso. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penyedia Jasa Internet Study Pt Noken Mulia Tama Semarang. *Jurnal of Management*, 2(2), 34.
- Fitri Rahmadani, Made Suardana, H. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ud. Eva Group Mataram. *Valid Jurnal Ilmiah*, 16(1), 124–135.
- Hasan, I. (2004). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Bumi Aksara.
- Heizer, J., & Render, B. (2011). *Manajemen Operasi* (Sembilan). Salemba Empat.
- Hermanto, H., Apriansyah, R., Fikri, K., & Albetris, A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 171.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v3i2.78>
- Kiswara, A. E. P. (2019). Pengaruh Service Quality , Trust , dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada CV. Sarana Marine Fiberglass. *Pengaruh Service Quality.... 831 Jurnal EMBA*, 7(1), 831–840.
- Prasetyo, M. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan. *Ilmiah Riset Manajemen*, 08(12 Agustus 2019), 82–94.
<http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/4345>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Lupiyoadi, & Astriyanto, T. (n.d.). Analisis Lokasi Usaha Sektor Informal Bidang

Perdagangan Dan Jasa Di Lingkungan Kampus Universitas Negeri Semarang
Desa Sekaran Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. *Universitas Negeri
Semarang, 2010.*

- Mardo, S. A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Sartono (ed.)). Deepublish.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*.
McGraw-Hill.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. Pearson International
Edition.
- Prasetyo, M. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas
Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas
Pelanggan. *Ilmiah Riset Manajemen*, 08(12 Agustus 2019), 82–94.
<http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/4345>
- Pratama, I. G. A., Susanti, P. H., & Purwaningrat, P. A. (2021). Pengaruh Kualitas
Pelayanan dan, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi di
PT. Sejahtera Indobali Trada Benoa). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan,
Dan Pariwisata*, 1(4), 1388–1397.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Alfabeta.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap
Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi
Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1),
70–90. <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Rachman, A. (2014). *Analisis Pengaruh Bukti Fisik dan Jaminan Layanan
Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Dalam
Menggunakan Jasa Peyewa Mobil (Kasus Pada PT Pusaka Prima
Transport)*. 17–35.
- Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi
Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica:
Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 210–223.
<https://doi.org/10.31311/jeco.v1i2.2026>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. C. V. Andi Offset.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT

Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Supangkat, D. A., Arifin, R., & M.Hufron. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Warung Kopi Kedai Singgah Malang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Suwarman, U. (2004). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. PT Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Utami, H., Kurniani, Prasetya, B., & Saleh, K. (n.d.). *Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Mahasiswa Wirausaha*.
- Wasiman, Silitonga, F., & Edy Wibowo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Bintang Dua Di Kota Batam. *Jurnal Cafeteria*, 1(2), 64–73.
<https://doi.org/10.51742/akuntansi.v1i2.162>
- Wirawan, Andi Andika, Sjahruddin, Herman, Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(1), 15–26.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>

Lampiran 1

KUESIONER

DAFTAR PERNYATAAN PENELITIAN

A. Umum

Bapak/Ibu yang terhormat,

Pernyataan yang ada dalam kuesioner ini hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Hardtop Sunggal"** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, Medan.

Dibawah ini ada beberapa kelompok pernyataan yang semuanya berkaitan dengan **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Hardtop Sunggal**. Bapak/Ibu kami harapkan untuk memberikan penilaian terhadap pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat dan pandangan bapak/ibu.

B. Identitas Responden

Jenis Kelamin : 1 Laki-laki
 2 Perempuan

Usia : 1 21 s/d 30 Tahun
 2 31 s/d 40 Tahun
 3 41 s/d 50 Tahun
 4 51 >

Pekerjaan :

C. Pernyataan Penelitian

Untuk setiap pernyataan, Bapak/Ibu diharapkan untuk memberi tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang dianggap paling sesuai. Penilaian dilakukan berdasarkan skala berikut:

Keterangan Jawaban:

Sangat Tidak Setuju	(STS)	Nilai (1)
Tidak Setuju	(TS)	Nilai (2)
Ragu-ragu	(R)	Nilai (3)
Setuju	(S)	Nilai (4)
Sangat Setuju	(SS)	Nilai (5)

Kualitas Pelayanan (X₁)

No.	Pernyataan	Ops				
		STS	TS	R	S	SS
Keandalan (Reliability)		1	2	3	4	5
1.	Karyawan Bengkel Hardtop Sunggal menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan secara akurat.					
2.	Karyawan memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan pelanggan.					
Ketanggapan (Responsiveness)		1	2	3	4	5
3.	Karyawan tanggap dalam merespon kebutuhan pelanggan dalam memperbaiki mobilnya.					
Jaminan (Assurance)		1	2	3	4	5
4.	Karyawan selalu mengedepankan kesopanan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.					
Empati		1	2	3	4	5
5.	Bengkel Hardtop Sunggal selalu mengutamakan kepentingan terbaik konsumen.					
Berwujud (Tangibility)		1	2	3	4	5
6.	Karyawan Bengkel Hardtop Sunggal selalu berpakaian sopan.					

Lokasi(X₂)

No.	Pernyataan	Opsi				
		STS	TS	R	S	SS
Akses		1	2	3	4	5
1.	Bengkel Hardtop Sunggal terletak di lokasi yang strategis.					
Vasibilitas		1	2	3	4	5
2.	Bengkel Hardtop Sunggal dapat ditemukan dengan mudah.					
Lalu Lintas		1	2	3	4	5
3.	Akses menuju lokasi Bengkel Hardtop Sunggal tidak rawan kemacetan.					
Tempat Parkir		1	2	3	4	5
4.	Bengkel Hardtop Sunggal memiliki lahan parkir yang cukup luas.					
Ekspansi		1	2	3	4	5
5.	Bengkel Hardtop Sunggal mempunyai lahan yang sangat luas.					
Lingkungan		1	2	3	4	5
6.	Lingkungan disekitar bengkel sangat aman.					

Loyalitas Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan	Opsi				
		STS	TS	R	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya selalu kembali menggunakan jasa dari Bengkel Hardtop Sunggal.					

2.	Saya akan merekomendasikan Bengkel Hardtop Sunggal kepada orang lain.					
3.	Saya akan lebih memilih Bengkel Hardtop Sunggal dibandingkan bengkel mobil lain.					
4.	Saya akan selalu menggunakan jasa di Bengkel Hardtop Sunggal.					

Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari yang telah mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan kerja samanya saya ucapkan Terima Kasih banyak.



Lampiran 2 : Data Kuesioner Kualitas Pelayanan

No	Kualitas Pelayanan (X1)						Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	2	2	3	3	2	15
2	4	5	2	3	2	3	19
3	3	2	3	1	2	3	14
4	1	2	3	2	2	3	13
5	3	3	3	3	1	1	14
6	4	3	2	2	2	2	15
7	2	2	3	2	2	1	12
8	3	2	1	4	3	3	16
9	3	1	3	2	2	1	12
10	2	3	2	1	3	2	13
11	2	1	1	2	2	3	11
12	1	3	2	2	3	2	13
13	3	3	3	1	2	1	13
14	3	2	2	3	4	2	16
15	3	3	3	2	1	2	14
16	4	3	1	3	2	3	16
17	2	3	2	3	4	1	15
18	1	3	4	4	4	4	20
19	2	2	1	2	1	2	10
20	4	2	4	2	2	1	15
21	5	4	3	2	1	2	17
22	3	2	2	3	4	3	17
23	1	2	4	2	2	1	12
24	3	2	2	3	2	4	16
25	1	2	1	1	3	3	11
26	3	5	2	3	3	1	17
27	2	3	3	2	1	1	12
28	2	1	2	1	2	3	11
29	1	2	2	1	1	2	9
30	2	1	3	2	3	1	12
31	3	1	2	4	2	2	14
32	2	2	4	3	4	4	19
33	5	3	3	1	2	3	17
34	2	1	1	2	1	2	9
35	1	3	2	4	2	3	15
36	3	3	3	2	3	3	17

37	2	1	1	3	3	1	11
38	1	2	2	1	2	2	10
39	1	1	3	1	3	2	11
40	2	1	2	3	1	3	12
41	3	2	3	1	2	2	13
42	2	2	2	2	3	3	14
43	1	3	1	2	1	4	12
44	2	2	2	1	2	2	11
45	3	3	1	2	3	1	13
46	2	1	1	2	2	3	11
47	2	2	1	1	3	4	13
48	1	2	2	2	2	1	10
49	2	1	2	1	3	3	12
50	3	2	1	3	1	1	11
51	2	3	2	2	3	2	14
52	3	1	2	1	2	1	10
53	1	2	1	3	3	3	13
54	2	3	1	1	2	1	10
55	2	2	2	3	3	3	15
56	2	1	3	3	3	2	14
57	3	1	2	1	2	2	11
58	1	3	2	2	2	2	12
59	3	1	3	3	3	2	15
60	4	4	2	2	2	3	17
61	2	2	2	3	2	2	13
62	1	2	2	2	3	3	13
63	2	1	1	2	1	2	9
64	1	2	2	2	2	2	11
65	2	1	2	2	2	2	11
66	2	1	2	4	4	2	15
67	3	2	2	2	2	2	13

Lampiran 3 : Data Kuesioner Lokasi

No	Lokasi (X2)						Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	3	2	4	1	2	16
2	2	5	4	5	2	5	23
3	5	4	3	5	4	4	25
4	4	2	4	3	2	4	19
5	1	3	5	2	4	4	19
6	2	1	3	3	5	1	15
7	4	5	3	1	2	4	19
8	2	5	3	4	5	2	21
9	3	5	4	5	3	1	21
10	3	5	2	4	4	5	23
11	1	3	5	2	3	1	15
12	4	4	4	5	5	4	26
13	5	2	1	5	3	5	21
14	5	5	2	4	2	5	23
15	2	3	1	4	4	3	17
16	5	1	4	2	3	5	20
17	5	5	5	3	2	5	25
18	4	2	4	4	3	4	21
19	2	5	1	2	2	2	14
20	1	5	4	3	5	5	23
21	4	1	4	3	4	4	20
22	4	4	4	2	4	2	20
23	4	3	2	1	4	4	18
24	5	5	3	5	2	5	25
25	2	2	1	2	5	2	14
26	4	2	5	4	4	4	23
27	1	4	4	5	1	5	20
28	2	4	2	2	2	5	17
29	2	3	1	2	5	2	15
30	4	5	4	3	4	4	24
31	2	2	5	2	3	1	15
32	1	3	1	5	5	5	20
33	5	2	5	5	4	4	25
34	2	5	2	3	2	4	18
35	4	3	2	5	5	5	24
36	5	4	5	5	3	5	27

37	3	2	2	1	2	2	12
38	2	2	2	1	3	4	14
39	1	2	5	5	2	2	17
40	2	2	5	2	2	1	14
41	1	3	5	4	4	5	22
42	2	1	5	1	2	2	13
43	2	1	3	2	2	5	15
44	2	2	2	2	2	2	12
45	4	4	4	4	4	4	24
46	2	2	2	2	2	2	12
47	2	2	5	2	1	2	14
48	2	3	2	2	2	2	13
49	2	2	2	2	3	2	13
50	4	4	3	4	4	3	22
51	4	1	4	4	4	1	18
52	5	4	4	4	1	4	22
53	2	3	2	5	2	2	16
54	2	2	2	2	2	2	12
55	1	2	5	2	2	2	14
56	2	4	2	2	4	2	16
57	4	4	4	4	2	4	22
58	4	3	4	5	4	4	24
59	4	4	5	4	4	3	24
60	2	4	2	4	5	4	21
61	2	2	2	2	2	2	12
62	4	4	4	4	4	4	24
63	2	2	2	2	4	2	14
64	2	2	5	2	2	5	18
65	2	5	2	5	2	2	18
66	2	2	2	2	2	2	12
67	2	5	2	2	5	2	18

Lampiran 4 : Data Kuesioner Loyalitas Pelanggan

No	Loyalitas Pelanggan (Y)				Jumlah
	P1	P2	P3	P4	
1	2	4	3	5	14
2	5	1	4	4	14
3	2	4	3	5	14
4	4	4	3	5	16
5	3	4	3	3	13
6	4	4	1	4	13
7	4	4	5	4	17
8	5	1	5	5	16
9	2	4	3	2	11
10	5	5	1	5	16
11	4	4	2	4	14
12	4	3	5	4	16
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	4	3	4	4	15
16	5	3	1	5	14
17	1	5	3	1	10
18	4	4	4	4	16
19	2	2	2	2	8
20	3	5	3	3	14
21	4	4	5	4	17
22	4	3	4	4	15
23	4	4	4	4	16
24	5	5	5	5	20
25	2	2	2	2	8
26	4	4	4	4	16
27	1	4	4	1	10
28	2	2	3	2	9
29	2	2	2	2	8
30	4	1	4	4	13
31	2	2	2	2	8
32	3	5	5	3	16
33	5	5	5	5	20
34	1	2	2	1	6
35	5	4	4	5	18
36	5	5	5	5	20

37	2	2	5	2	11
38	2	3	2	2	9
39	5	2	1	5	13
40	2	2	2	2	8
41	4	4	4	4	16
42	2	2	2	2	8
43	2	5	2	2	11
44	1	2	4	1	8
45	4	4	4	4	16
46	2	2	2	2	8
47	2	3	5	2	12
48	5	2	2	5	14
49	2	2	3	2	9
50	4	4	4	4	16
51	4	3	4	4	15
52	4	4	2	4	14
53	2	2	2	2	8
54	2	5	2	2	11
55	2	2	3	2	9
56	1	2	2	1	6
57	4	4	4	4	16
58	4	5	4	4	17
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	2	2	2	2	8
62	2	3	2	2	9
63	4	2	2	4	12
64	2	2	5	2	11
65	2	2	3	2	9
66	2	4	2	2	10
67	2	2	2	2	8

Lampiran 4 : Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	59	88.1	88.1	88.1
	Perempuan	8	11.9	11.9	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 Tahun	4	6.0	6.0	6.0
	31-40 Tahun	24	35.8	35.8	41.8
	41-50 Tahun	18	26.9	26.9	68.7
	51> Tahun	21	31.3	31.3	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Asisten Dokter	1	1.5	1.5	1.5
	Dosen	3	4.5	4.5	6.0
	Anggota DPRD	1	1.5	1.5	7.5
	Dokter	3	4.5	4.5	11.9
	Fotografer	1	1.5	1.5	13.4
	Guru	2	3.0	3.0	16.4
	Karyawan Swasta	12	17.9	17.9	34.3
	Mahasiswa	3	4.5	4.5	38.8
	Mandor Pabrik	1	1.5	1.5	40.3
	Notaris	2	3.0	3.0	43.3
	PNS	3	4.5	4.5	47.8
	Pegawai Bank	1	1.5	1.5	49.3
	Pekerja PUPR	1	1.5	1.5	50.7
	Pengacara	3	4.5	4.5	55.2
	Pengusaha	7	10.4	10.4	65.7
	Peternak	1	1.5	1.5	67.2
	Polisi	4	6.0	6.0	73.1

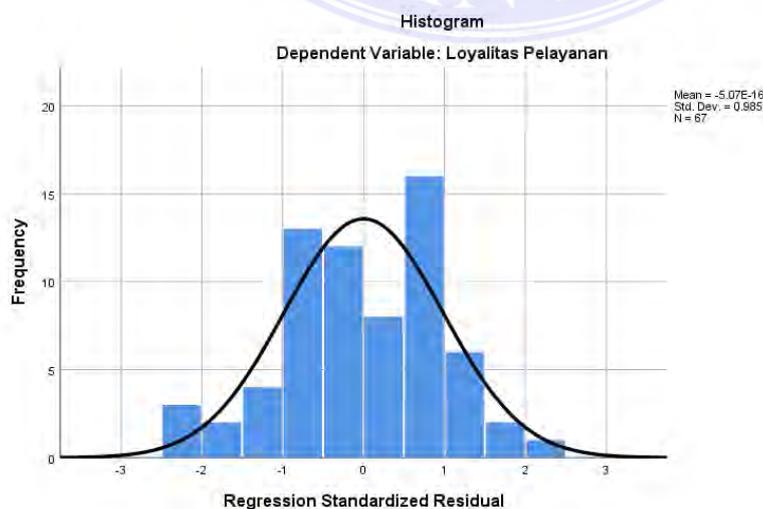
Supir Grab	3	4.5	4.5	77.6
Supir Travel	6	9.0	9.0	86.6
Tentara	3	4.5	4.5	91.0
Wakil Walikota Siantar	1	1.5	1.5	92.5
Wiraswasta	4	6.0	6.0	98.5
Menejer	1	1.5	1.5	100.0
Total	67	100.0	100.0	

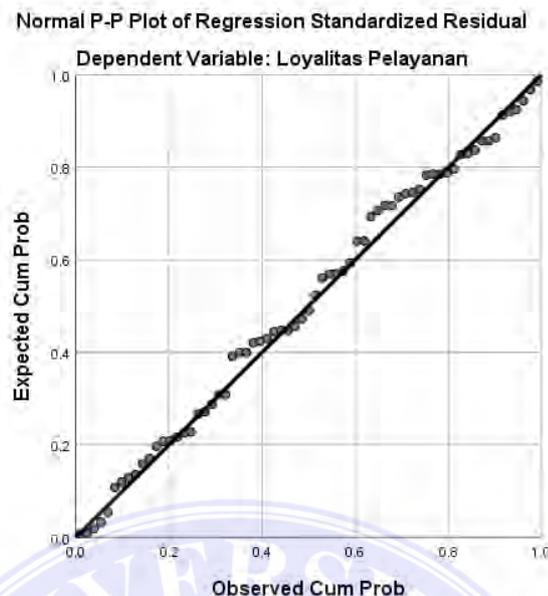
Lampiran 5 : Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72894890
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.043
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.





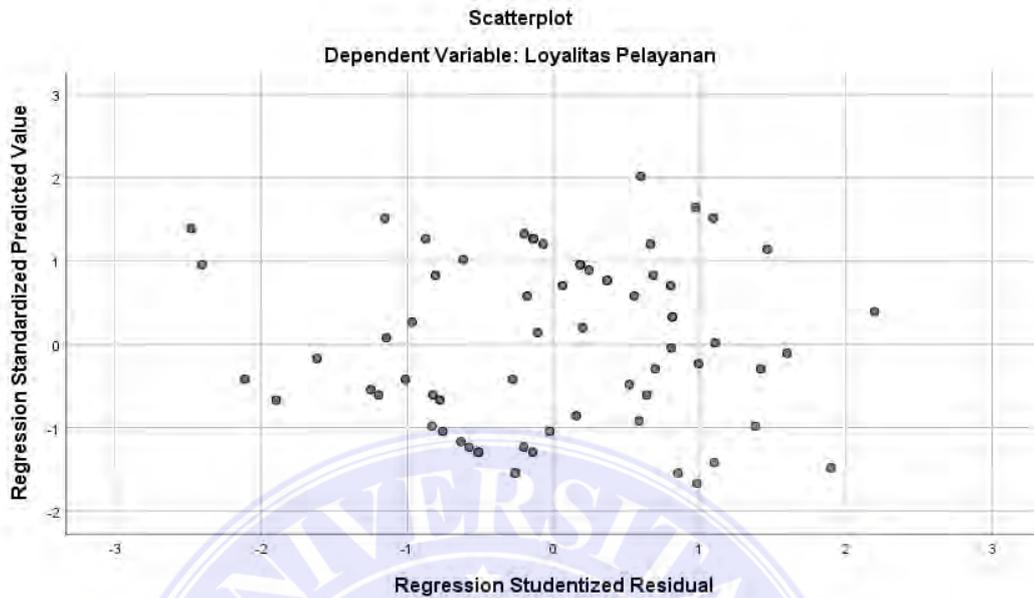
Lampiran 6 : Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.171	1.954		-.599	.551		
	Kualitas Pelayanan	.341	.150	.226	2.281	.026	.795	1.258
	Lokasi	.510	.088	.575	5.792	.000	.795	1.258

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelayanan

Lampiran 7 : Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 8 : Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized		Standardized
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-1.171	1.954	
	Kualitas Pelayanan	.341	.150	.226
	Lokasi	.510	.088	.575

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelayanan

Lampiran 9 : Koefisien Determinasi (R^2)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.499	.484	2.771

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelayanan

Lampiran 10 : Uji Parsial (Uji t)**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.171	1.954		-.599	.551
	Kualitas Pelayanan	.341	.150	.226	2.281	.026
	Lokasi	.510	.088	.575	5.792	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelayanan

Lampiran 11 : Uji Simultan (Uji F)**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	489.950	2	244.975	31.898	.000 ^b
	Residual	491.513	64	7.680		
	Total	981.463	66			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelayanan

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kualan No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7366168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225682, 8221994, Fax. (061) 8226131
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 2085 /FEB /01.1/ VI / 2022 18 Juni 2022
 Lamp : -
 Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,
Bengkel Hardtop Sunggal

Dengan hormat,
 Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

N a m a : AVALDO TOBING
N P M : 188320107
Program Studi : Manajemen
Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Hardtop Sunggal**

Untuk diberi izin mengambil data pada perusahaan yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian
 dan Pengabdian kepada Masyarakat


Sari Nuzullina R, SE, Ak, M.Acc

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Peringgal

BENKEL HARDTOP SUNGGAL

Jl. Gereja, Cinta Damai, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara

Surat Keterangan Selesai Penelitian

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurripto
Jabatan : Pemilik Bengkel

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Avaldo Tobing
Stambuk/NPM : 2018/188320107
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Alamat : Jl. Binjai KM 10,8 Pardede

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melakukan penelitian di Bengkel Hardtop Sunggal selama satu bulan (31 hari) terhitung mulai tanggal 5 September 2022 s/d 5 oktober 2022 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan tugas akhir Skripsi penelitian yang berjudul: **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BENKEL HARDTOP SUNGGAL"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Medan, 14 Januari 2023

**BENKEL HARDTOP SUNGGAL
MEDAN**

Nurripto