

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

Data yang terkumpul diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang diisi oleh responden. Responden atau subyek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan atau telah melakukan pembelian jasa bengkel Perkasa Motor minimal 2 kali. Penyebaran kuesioner dilakukan selama tiga minggu. Kuesioner yang disebar sebanyak 125 kuesioner, dari 125 kuesioner ada 5 kuisioner tidak kembali, 16 kuesioner yang tidak dapat diolah karena tidak diisi secara lengkap oleh responden serta kuesioner yang rusak/sobek ada 4 kuesioner, sehingga kuesioner yang dapat diolah lebih lanjut sebanyak 100 kuesioner. Berikut perhitungan tingkat pengembalian kuesioner yang disajikan dalam Tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1  
Tingkat Pengembalian Kuesioner

Kuesioner	Jumlah
Kuesioner disebar	125 kuesioner
Kuesioner tidak kembali	5 kuesioner
Kuesioner kembali	120 kuesioner
Kuesioner tidak diisi lengkap	16 kuesioner
Kuesioner yang rusak/sobek	4 kuesioner
<b>Kuesioner yang layak untuk dianalisis</b>	<b>100 kuesioner</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2011

Hasil tingkat pengembalian kuesioner seperti terlihat pada Tabel 4.1

adalah  $\frac{120}{125} \times 100\% = 96\%$  serta kuisioner yang layak untuk diolah lebih lanjut

## B. Analisis Karakteristik Responden

Peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 120 eksemplar, namun kuesioner yang dapat diolah hanya sebanyak 100 kuesioner, sedangkan sisanya sebanyak 6 kuesioner tidak dapat diolah karena tidak diisi secara lengkap oleh responden, 10 kuesioner tidak kembali dan 4 kuesioner rusak/sobek. Data mengenai distribusi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, serta pendidikan terakhir disajikan pada beberapa tabel di bawah ini.

### 1. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok pria dan wanita. Hasil analisis data jenis kelamin responden sesuai dengan perolehan data yang terkumpul melalui kuesioner ditunjukkan pada Tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2  
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	
		Dalam orang	Dalam persentase (%)
1.	Pria	63	63%
2.	Wanita	37	37%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2011 dalam Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 63 orang atau sebesar 63% dan sisanya sebanyak 37 orang atau sebesar 37% adalah laki-laki.

## 2. Usia

Distribusi usia responden dapat dilihat pada Tabel 4.3 di bawah ini.

Tabel 4.3  
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	
		Dalam orang	Dalam persentase (%)
1.	21 – 25 Tahun	11	11%
2.	26 – 30 Tahun	57	57%
3.	31 – 35 Tahun	27	27%
4.	36 – 40 Tahun	5	5%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2011 dalam Lampiran 2

Pada Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel memperlihatkan bahwa mayoritas responden berusia antara 26 – 30 Tahun, yaitu sebesar 57% (57 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia 21 – 25 Tahun sebesar 11% (11 orang), usia antara 31 – 35 Tahun sebesar 27% (27 orang), dan usia antara 36 – 40 Tahun sebesar 5% (5 orang).

## 3. Pendidikan

Tingkat pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden diperlihatkan pada Tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 4.4  
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	
		Dalam orang	Dalam persentase (%)
1.	SMP	0	0%
2.	SMA	13	13%
3.	Diploma	27	27%
4.	Sarjana	60	60%
5.	Pasca Sarjana	0	0%
	Jumlah	100	100%

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, pendidikan responden mayoritas adalah Sarjana yaitu sebanyak 60 orang atau 60%. Sedangkan distribusi pendidikan responden yang lain yaitu SMA sebanyak 13 orang atau 13%, Diploma sebanyak 27 orang atau 27%, serta tidak ada responden yang berpendidikan SMP dan Pasca Sarjana (0%).

### C. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen yang berupa butir-butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel, perlu diuji validitas dan realibilitasnya untuk menjamin kualitas dari alat ukur tersebut. Pengujian dilakukan terhadap kuesioner yang telah diisi oleh responden dengan menggunakan alat bantu *SPSS Versi 11.50 for Windows* adalah sebagai berikut.

#### 1. Uji Validitas

Suatu pengujian yang dilakukan oleh peneliti untuk menguji sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Instrumen dikatakan valid apabila nilai signifikansi *Pearson correlation* seluruh butir pertanyaan yang lebih kecil dari taraf signifikan ( $\alpha$ ) 5% (Sugiyono, 2005). Hasil uji validitas variabel keandalan ( $X_1$ ), respon dan pemecahan masalah ( $X_2$ ), pengalaman karyawan ( $X_3$ ), kemudahan dan kenyamanan ( $X_4$ ) dan loyalitas pelanggan ( $Y$ ) dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini.

Tabel 4.5  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Signifikansi	Keterangan
Keandalan ( $X_1$ )	X1.1	0,000	Valid
	X1.2	0,000	Valid
	X1.3	0,000	Valid
	X1.4	0,000	Valid
Respon dan Pemecahan Masalah ( $X_2$ )	X2.1	0,000	Valid
	X2.2	0,000	Valid
	X2.3	0,000	Valid
	X2.4	0,000	Valid
	X2.5	0,000	Valid
Pengalaman Karyawan ( $X_3$ )	X3.1	0,000	Valid
	X3.2	0,000	Valid
	X3.3	0,000	Valid
	X3.4	0,000	Valid
Kemudahan dan Kenyamanan ( $X_4$ )	X4.1	0,000	Valid
	X4.2	0,000	Valid
	X4.3	0,000	Valid
	X4.4	0,000	Valid
	X4.5	0,000	Valid
	X4.6	0,000	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y1.1	0,000	Valid
	Y1.2	0,000	Valid
	Y1.3	0,000	Valid
	Y1.4	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2011 dalam Lampiran 3

Hasil uji validitas pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel keandalan ( $X_1$ ), respon dan pemecahan masalah ( $X_2$ ), pengalaman karyawan ( $X_3$ ), kemudahan dan kenyamanan ( $X_4$ ) serta loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 5%, maka seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid, sehingga seluruh butir

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana stabilitas dan konsistensi dari alat ukur yang digunakan. Kuesioner dikatakan reliabel apabila kuesioner tersebut memberikan hasil yang konsisten jika digunakan secara berulang kali dengan asumsi kondisi pada saat pengukuran tidak berubah/obyek yang sama (Sugiyono, 2011). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha*. Menurut Indriantoro dan Bambang (2002), suatu alat ukur disebut reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 dengan bantuan SPSS Versi 11.50.

Hasil uji reliabilitas variabel keandalan ( $X_1$ ), respon dan pemecahan masalah ( $X_2$ ), pengalaman karyawan ( $X_3$ ), kemudahan dan kenyamanan ( $X_4$ ) dan loyalitas pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini.

Tabel 4.6  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Keandalan ( $X_1$ )	0,7537	Reliabel
Respon dan pemecahan masalah ( $X_2$ )	0,8330	Reliabel
Pengalaman Karyawan ( $X_3$ )	0,8294	Reliabel
Kemudahan dan Kenyamanan ( $X_4$ )	0,8557	Reliabel
Loyalitas pelanggan (Y)	0,7316	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2011 dalam Lampiran 4

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.6 memperlihatkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada semua butir pertanyaan dalam seluruh variabel adalah reliabel atau handal, sehingga butir-butir pertanyaan dalam seluruh

## D. Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh keandalan ( $X_1$ ), respon dan pemecahan masalah ( $X_2$ ), pengalaman karyawan ( $X_3$ ), kemudahan dan kenyamanan ( $X_4$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ), yang mempunyai formula sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

$Y$  : Loyalitas pelanggan

$a$  : Konstanta

$X_1$  : Keandalan

$X_2$  : Respon dan pemecahan masalah

$X_3$  : Pengalaman Karyawan

$X_4$  : Kemudahan dan Kenyamanan

$b_1$ -  $b_4$  : Koefisien Regresi Berganda

$e$  : *Standard error*

Pengujian analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan program SPSS Versi 11.50. Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada Tabel 4.7 di bawah ini.

Tabel 4.7  
Estimasi Regresi Berganda

Model	Standardized Coefficients	Probabilitas (Sig.t)
Keandalan (X <sub>1</sub> )	0,213	0,023
Respon dan pemecahan masalah (X <sub>2</sub> )	0,289	0,005
Pengalaman Karyawan (X <sub>3</sub> )	0,157	0,041
Kemudahan dan Kenyamanan (X <sub>4</sub> )	0,329	0,006
<b>Adjusted R<sup>2</sup> = 0,910</b>		
<b>F = 251,903 (Sig. F = 0,000)</b>		
<b>Dependent Variable : Loyalitas Pelanggan (Y)</b>		

Sumber: Data primer yang diolah, 2011 dalam Lampiran 5

Model persamaan regresi berganda dari hasil perhitungan sesuai Tabel 4.7 di atas dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = 0,213X_1 + 0,289X_2 + 0,157X_3 + 0,329X_4$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat diketahui bahwa:

a. Koefisien Keandalan (b<sub>1</sub>)

Keandalan mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,213. Adanya pengaruh yang positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keandalan yang dimiliki karyawan bengkel Perkasa Motor, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan, begitu pula jika keandalan karyawan menurun maka loyalitas pelanggan juga akan menurun.

b. Koefisien Respon dan Pemecahan Masalah (b<sub>2</sub>)

Respon dan pemecahan masalah mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,289. Adanya pengaruh yang positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi respon dan pemecahan masalah yang dimiliki



loyalitas pelanggan, begitu pula jika respon dan pemecahan masalah dari karyawan menurun maka loyalitas pelanggan juga akan menurun.

c. Koefisien Pengalaman Karyawan ( $b_3$ )

Pengalaman karyawan mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,157. Adanya pengaruh yang positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengalaman karyawan yang dimiliki oleh karyawan bengkel Perkasa Motor, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan, begitu pula jika pengalaman karyawan menurun maka loyalitas pelanggan juga akan menurun.

d. Koefisien Kemudahan dan Kenyamanan ( $b_4$ )

Kemudahan dan kenyamanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,329. Adanya pengaruh yang positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh bengkel Perkasa Motor, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan, begitu pula jika kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh bengkel perkasa Motor menurun maka loyalitas

## 2. Pengujian Hipotesis

### a. Uji F (Uji Serentak)

Uji F digunakan untuk membuktikan yakni keandalan ( $X_1$ ), respon dan pengalaman karyawan ( $X_3$ ) dan kemudahan secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil perhitungan uji tersebut dapat dilihat dalam lampiran 5 pada langkah pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

#### 1) Hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan pemecahan masalah, kemudahan dan kenyamanan terhadap loyalitas pelanggan.

$H_a$  : Terdapat pengaruh signifikan pemecahan masalah, kemudahan dan kenyamanan terhadap loyalitas pelanggan.

#### 2) Taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ (5%)

#### 3) Penentuan kriteria pengujian:

a) Apabila probabilitas ( $\text{Sig. F}$ ) >  $\alpha$  ( $H_0$ ) ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dari keandalan, respon dan pengalaman karyawan serta kemudahan dan kenyamanan terhadap loyalitas pelanggan.

b) Apabila probabilitas (Sig. F)  $< \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari keandalan, respon dan pemecahan masalah, pengalaman karyawan serta kemudahan dan kenyamanan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan.

4) Nilai Sig. F = 0,000

5) Kesimpulan

Hasil uji F pada analisis regresi berganda seperti yang disajikan pada Tabel 4.7 di atas serta tercantum dalam lampiran 5 pada tabel ANOVA menunjukkan nilai probabilitas (Sig.F) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) yang berarti keputusannya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keandalan, respon dan pemecahan masalah, pengalaman karyawan serta kemudahan dan kenyamanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

#### b. Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh keberartian (pengaruh) masing-masing koefisien regresi secara individual variabel-variabel bebas yaitu keandalan, respon dan pemecahan masalah, pengalaman karyawan serta kemudahan dan kenyamanan terhadap loyalitas pelanggan. Butir-butir pengujiannya adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari keandalan, respon dan pemecahan masalah, pengalaman karyawan serta kemudahan dan kenyamanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan dari keandalan, respon dan pemecahan masalah, pengalaman karyawan serta kemudahan dan kenyamanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

2) Taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$

3) Kriteria pengujian

a) Apabila  $\text{Sig. } t > \alpha (0,05)$ , maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari keandalan, respon dan pemecahan masalah, pengalaman karyawan serta kemudahan dan kenyamanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

b) Apabila  $\text{Sig. } t < \alpha (0,05)$ , maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari keandalan, respon dan pemecahan masalah, pengalaman karyawan serta

Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai sig.t seperti disajikan dalam Tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8  
Hasil Uji-t

Variabel Independen	Sig. t	Keterangan
Keandalan ( $X_1$ )	0,023	Signifikan
Respon dan pemecahan masalah ( $X_2$ )	0,005	Signifikan
Pengalaman Karyawan ( $X_3$ )	0,041	Signifikan
Kemudahan dan Kenyamanan ( $X_4$ )	0,006	Signifikan

Sumber: Data Primer diolah, 2011 dalam Lampiran 5

a) Pengujian Variabel Keandalan ( $X_1$ )

Nilai Sig. t sebesar 0,023, yang lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) sehingga keputusannya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari keandalan terhadap loyalitas pelanggan.

b) Pengujian Variabel Respon dan pemecahan masalah ( $X_2$ )

Nilai Sig. t sebesar 0,005 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) sehingga keputusannya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari respon dan pemecahan masalah terhadap loyalitas pelanggan.

c) Pengujian Variabel Pengalaman Karyawan ( $X_3$ )

Nilai Sig. t sebesar 0,041 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) sehingga keputusannya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari pengalaman karyawan

terhadap loyalitas pelanggan.

d) Pengujian Variabel Kemudahan dan Kenyamanan ( $X_4$ )

Nilai Sig. t sebesar 0,006 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) sehingga keputusannya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari kemudahan dan kenyamanan terhadap loyalitas pelanggan.

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

Sumbangan dari variabel independen yang diteliti yaitu keandalan ( $X_1$ ), respon dan pemecahan masalah ( $X_2$ ), pengalaman karyawan ( $X_3$ ) serta kemudahan dan kenyamanan ( $X_4$ ) terhadap variabel dependen atau variabel loyalitas pelanggan ( $Y$ ) dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi ganda (*R square* atau  $R^2$ ). Nilai koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *Adjusted R<sup>2</sup>*. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut.

Tabel 4.9  
Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimates</i>
1	0.956	0.914	0.910	0.773

Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* yang ditunjukkan pada Tabel 4.9 sebesar 0,910 yang artinya dengan memasukkan keandalan ( $X_1$ ), respon dan pemecahan masalah ( $X_2$ ), pengalaman karyawan ( $X_3$ ) serta kemudahan dan kenyamanan ( $X_4$ ) ke dalam faktor model, maka dapat digunakan untuk menjelaskan 91% perubahan yang terjadi pada loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Sedangkan sisanya sebesar 9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar variabel independen yang diteliti.

#### **E. Pembahasan**

Hasil pengujian secara serentak atau uji F menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari keandalan, respon dan pemecahan masalah, pengalaman karyawan serta kemudahan dan kenyamanan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan, karena memiliki nilai koefisien yang arahnya positif serta nilai signifikansinya lebih kecil dari 5%. Hal ini berarti bahwa kemampuan karyawan dalam memperbaiki kerusakan sepeda motor dengan tepat dan akurat, merespon keluhan pelanggan dengan cepat, mampu menyelesaikan kerusakan sepeda motor dengan cepat, mampu memperbaiki sepeda motor dengan benar, memiliki pengetahuan serta keahlian yang memadai tentang perbengkelan sepeda motor (otomotif), serta kemauan karyawan bengkel Perkasa Motor memberikan saran (masukan) kepada pelanggan mengenai perawatan sepeda motor yang baik telah mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan bengkel Perkasa Motor, sehingga dapat disimpulkan bahwa

hipotesis pertama ( $H_1$ ) dalam penelitian ini diterima.

Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa koefisien regresi keandalan arahnya positif (0,213), yang artinya jika keandalan meningkat maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat, sehingga dapat dikatakan bahwa keandalan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Keandalan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena nilai signifikansinya (0,023) lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu sebesar 5%.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti bila keandalan yang terdiri dari karyawan dan staf mekanik mampu memperbaiki kerusakan sepeda motor yang ada dengan tepat, kemampuan karyawan dalam mendeteksi kerusakan secara akurat, kasir bengkel yang teliti dalam mengelola keuangan, serta reputasi bengkel Perkasa Motor yang baik, akan meningkatkan loyalitas pelanggan, **maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) dalam penelitian ini diterima**

Respon dan pemecahan masalah memiliki nilai koefisien regresi positif (0,289), maka dapat diketahui bahwa respon dan pemecahan masalah berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti bahwa apabila respon dan pemecahan masalah yang meliputi kemampuan karyawan merespon dengan cepat keluhan pelanggan, mampu menyelesaikan permasalahan kerusakan sepeda motor dengan cepat, memberikan informasi yang jelas kepada konsumen/pelanggan mengenai jasa layanan yang diberikan oleh bengkel Perkasa Motor, mampu memperbaiki setiap detail kerusakan pada sepeda motor dengan benar, serta penyediaan solusi untuk mengatasi



kerusakan sepeda motor pelanggan dengan ramah dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Respon dan pemecahan masalah juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena nilai signifikansinya (0,005) lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu sebesar 5%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa respon dan cara pemecahan masalah berpengaruh positif dan signifikan, sehingga **hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>) dalam penelitian ini diterima.**

Pengalaman karyawan memiliki nilai koefisien regresi positif (0,157), maka dapat diketahui bahwa pengalaman karyawan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti bahwa apabila pengalaman karyawan yang meliputi karyawan mempunyai pengetahuan yang banyak dibidang otomotif, khususnya perbengkelan sepeda motor, ketrampilan atau keahlian teknis yang memadai tentang perbengkelan sepeda motor dari karyawan, mampu menggunakan peralatan dengan baik serta sesuai fungsinya masing-masing ketika menservis sepeda motor pelanggan, serta karyawan sangat cekatan ketika menservis sepeda motor konsumen. dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pengalaman karyawan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena nilai signifikansinya (0,041) lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu sebesar 5%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman karyawan berpengaruh positif

Kemudahan dan kenyamanan memiliki nilai koefisien regresi positif (0,329), maka dapat diketahui bahwa kemudahan dan kenyamanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti bahwa apabila kemudahan dan kenyamanan yang meliputi kemauan karyawan dengan sukarela memberikan saran mengenai perawatan sepeda motor yang baik pada konsumen, memberitahu detail kerusakan yang dialami oleh sepeda motor konsumen dengan sopan, ruangan bengkel Perkasa Motor yang luas dan nyaman, ruang tunggu konsumen di bengkel Perkasa Motor tertata rapi dan bersih serta fasilitas toilet yang ada di bengkel Perkasa Motor terjamin kebersihannya. dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kemudahan dan kenyamanan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena nilai signifikansinya (0,006), yang lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu sebesar 5%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman karyawan berpengaruh positif dan signifikan, sehingga **hipotesis kelima (H<sub>5</sub>) dalam penelitian ini diterima.**

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa sumbangan variabel bebas (keandalan, respon dan pemecahan masalah, pengalaman karyawan serta kemudahan dan kenyamanan) terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan) atau koefisien determinasi sebesar 0,910 (91%). Dengan kata lain 91% perubahan yang terjadi pada loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh keandalan, respon dan pemecahan masalah, pengalaman karyawan serta kemudahan dan kenyamanan

Sedangkan sisanya 9% dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar variabel-variabel yang diteliti. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa keandalan, respon dan pemecahan masalah, pengalaman karyawan serta kemudahan dan kenyamanan mempengaruhi loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun simultan.