

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Bengkel Chindy Motor di Kecamatan Puspahiang

Rifan Nasir Purwanto¹, Aditia Abdurachman²

^{1,2} Program Studi Kewirausahaan, Universitas Cipasung Tasikmalaya
e-mail: nasirrifan52@gmail.com¹, aditiaabdurachman@uncip.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Bengkel Chindy Motor di Kecamatan Puspahiang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam membangun serta mempertahankan loyalitas konsumen pada Bengkel Chindy Motor di Kecamatan Puspahiang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Bengkel.

Abstract

This study aimed to analyze the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at Chindy Motor Workshop in Puspahiang District. A quantitative approach with an associative research design was employed. The study involved 100 respondents selected using the purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The analysis included validity testing, reliability testing, classical assumption tests, multiple linear regression, coefficient of determination, and hypothesis testing. The results indicated that service quality had a positive and significant effect on customer loyalty. In addition, customer satisfaction also had a positive and significant effect on customer loyalty. These findings suggest that improving

service quality and customer satisfaction is essential for building and maintaining customer loyalty at Chindy Motor Workshop in Puspahiang District.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Workshop.

LATAR BELAKANG

Perkembangan sektor jasa di Indonesia menunjukkan persaingan yang semakin ketat, sehingga setiap pelaku usaha dituntut mampu memberikan pelayanan yang berkualitas untuk mempertahankan konsumennya. Dalam kondisi tersebut, loyalitas konsumen menjadi salah satu indikator penting bagi keberlangsungan usaha karena konsumen yang loyal cenderung melakukan pembelian ulang, tidak mudah beralih kepada pesaing, serta merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang mampu membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen, terutama melalui peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Perkembangan jumlah kendaraan bermotor di Indonesia turut meningkatkan kebutuhan masyarakat terhadap jasa perawatan dan perbaikan kendaraan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023), jumlah kendaraan bermotor di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sehingga membuka peluang yang besar bagi usaha jasa perbengkelan. Namun, kondisi tersebut juga menyebabkan persaingan antar bengkel menjadi semakin kompetitif. Dalam situasi tersebut, pelaku usaha tidak hanya dituntut menyediakan layanan perbaikan yang baik, tetapi juga mampu memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen agar tercipta kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Bengkel Chindy Motor di Kecamatan Puspahiang merupakan salah satu usaha jasa yang menghadapi persaingan tersebut. Berdasarkan kondisi empiris yang ditemukan dalam penelitian, jumlah konsumen Bengkel Chindy Motor mengalami kecenderungan menurun dalam beberapa tahun terakhir. Selain itu, hasil observasi menunjukkan masih terdapat berbagai keluhan konsumen, seperti lamanya waktu pengerjaan, kurangnya ketepatan diagnosis kendaraan, serta minimnya transparansi dalam penyampaian biaya dan komunikasi pelayanan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi harapan konsumen sehingga berpotensi memengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen.

Secara teoritis, kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan pengalaman positif sehingga meningkatkan kepuasan dan mendorong terbentuknya loyalitas konsumen (Ainiyatul Mukarromah et al., 2024). Kepuasan konsumen sendiri merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja yang diterima dengan harapannya (Rahayu & Syafe'i, 2022). Apabila konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan jasa kepada orang lain akan semakin tinggi (Kotler & Keller, 2020).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas konsumen. Penelitian Sholikhah (2023), Ayu dan Yulianthini (2023), Andung Kahuripan (2024), Damanik et al. (2024), serta Wijaya et al. (2024) membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun demikian, penelitian Imelda Aprileny et al. (2022) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak selalu berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan masih adanya *research gap* sehingga hubungan antarvariabel tersebut masih perlu dikaji lebih lanjut pada objek penelitian yang berbeda.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan pada perusahaan besar, restoran, layanan digital, maupun perusahaan jasa berskala nasional. Penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada bengkel independen, khususnya di wilayah Kecamatan Puspahiang, masih relatif terbatas. Perbedaan karakteristik usaha, kondisi persaingan, serta perilaku konsumen menjadi alasan penting untuk melakukan penelitian pada konteks tersebut sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran empiris yang lebih sesuai dengan kondisi usaha bengkel independen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Bengkel Chindy Motor di Kecamatan Puspahiang. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola bengkel dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan guna mempertahankan loyalitas konsumen.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Bengkel Chindy Motor di Kecamatan Puspahiang. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan konsumen (X2), sedangkan variabel dependen adalah loyalitas konsumen (Y).

Populasi penelitian adalah seluruh konsumen Bengkel Chindy Motor di Kecamatan Puspahiang yang pernah menggunakan jasa bengkel. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kriteria responden meliputi konsumen yang pernah menggunakan jasa Bengkel Chindy Motor minimal satu kali dan berusia di atas 17 tahun. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Cochran dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden.

Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dengan menggunakan skala Likert lima poin. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten.

Analisis data dilakukan menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji linearitas, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji parsial (*t-test*), sedangkan kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen dianalisis melalui koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.01	0,889	0,195	Valid
	X1.02	0,865	0,195	Valid
	X1.03	0,849	0,195	Valid
	X1.04	0,886	0,195	Valid
	X1.05	0,902	0,195	Valid
Kepuasan Konsumen (X2)	X2.01	0,878	0,195	Valid
	X2.02	0,888	0,195	Valid
	X2.03	0,912	0,195	Valid
Loyalitas Konsumen (Y)	Y.01	0,935	0,195	Valid
	Y.02	0,895	0,195	Valid
	Y.03	0,907	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 1 di atas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen memiliki nilai *r hitung* yang lebih besar daripada *r tabel* (0,195). Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,926	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (X2)	0,872	0,60	Reliabel
Loyalitas Konsumen (Y)	0,899	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,926, variabel kepuasan konsumen sebesar 0,872, dan variabel loyalitas konsumen sebesar 0,899. Seluruh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk pengumpulan data.

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas****Tabel 3 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		100
Normal Parameters^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.87292919
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.056
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)^c		.200 ^d

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan tabel 3, hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05, sehingga data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas**Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas**

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.969	1.538	-1.281	.203		
	KUALITAS PELAYANAN	.336	.056	5.994	.001	.976	1.025
	KEPUASAN KONSUMEN	.444	.098	4.509	.001	.976	1.025

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan konsumen (X2) sebesar 0,976, yang lebih besar dari 0,10. Selain itu, nilai VIF pada kedua variabel sebesar 1,025, yang lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas**Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	20796.142	5015.887		4.146	.001
	KUALITAS PELAYANAN	.037	.138	.027	.270	.788
	KEPUASAN KONSUMEN	.183	.133	.139	1.380	.171

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan tabel 5, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,788 dan kepuasan konsumen (X2) sebesar 0,171. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linier Berganda**Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1.969	1.538		-1.281	.203
	KUALITAS PELAYANAN	.336	.056	.499	5.944	<.001
	KEPUASAN KONSUMEN	.444	.098	.378	4.509	<.001

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan dan besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1,969 + 0,336(X_1) + 0,444(X_2)$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar -1,969 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan konsumen (X_2) bernilai nol, maka loyalitas konsumen (Y) sebesar -1,969.
- Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,336 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,336, dengan asumsi variabel lain tetap.
- Koefisien regresi kepuasan konsumen sebesar 0,444 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel kepuasan konsumen akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,444, dengan asumsi variabel lain tetap.

Koefisien Determinasi R^2

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 ^a	.721	.715	3066.96700

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 7 di atas, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,721. Hal ini berarti bahwa variabel kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan pengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 72,1%, sedangkan sisanya sebesar 27,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Kelayakan (Uji F)

Tabel 8 Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	173.631	2	86.816	24.249	.000 ^b
Residual	347.279	97	3.580		
Total	520.910	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai F-hitung sebesar 24,249. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian layak digunakan dalam menjelaskan loyalitas konsumen pada Bengkel Chindy Motor.

Uji Hipotesis (Uji t)**Tabel 9 Hasil Uji t**
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.969	1.538		-1.281	.203
	KUALITAS PELAYANAN	.336	.056	.499	5.944	<.001
	KEPUASAN KONSUMEN	.444	.098	.378	4.509	<.001

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji *t*, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), serta nilai *t*-hitung sebesar 5,944, yang lebih besar dari *t*-tabel sebesar 1,984. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Bengkel Chindy Motor, maka semakin tinggi loyalitas konsumen.

Selanjutnya, variabel kepuasan konsumen (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), serta nilai *t*-hitung sebesar 4,509, yang lebih besar dari *t*-tabel sebesar 1,984. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima, yang berarti bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen terhadap Bengkel Chindy Motor.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,336, nilai *t* hitung sebesar 5,944, dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Bengkel Chindy Motor, maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang mampu memenuhi harapan konsumen melalui pelayanan yang cepat, tepat, ramah, serta didukung oleh fasilitas yang memadai. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan pengalaman positif sehingga konsumen merasa nyaman dan memiliki keinginan untuk kembali menggunakan jasa yang sama. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen (Rahayu & Syafe'i, 2022).

Pada Bengkel Chindy Motor, kualitas pelayanan tercermin dari ketepatan proses pelayanan, keramahan karyawan, kemampuan mekanik dalam menangani perbaikan kendaraan, serta kesediaan memberikan informasi yang jelas kepada konsumen. Pelayanan

yang sesuai dengan harapan konsumen memberikan pengalaman yang positif sehingga mendorong konsumen untuk kembali menggunakan jasa bengkel dan merekomendasikannya kepada orang lain. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan mampu meningkatkan loyalitas konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ainiyatul Mukarromah et al. (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Andung Kahuripan (2024) serta Ferdy Ilham Muhammad Zam Zam dan Ratih Hendayani (2024), yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepercayaan dan komitmen konsumen sehingga berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,444, nilai t hitung sebesar 4,509, dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen terhadap Bengkel Chindy Motor.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah konsumen membandingkan kinerja layanan yang diterima dengan harapan yang dimiliki. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan, konsumen akan merasa puas dan cenderung melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta mempertahankan hubungan dengan perusahaan. Oleh karena itu, kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk loyalitas konsumen (Sholikhah, 2023).

Pada Bengkel Chindy Motor, kepuasan konsumen terbentuk melalui hasil perbaikan kendaraan yang sesuai dengan harapan, pelayanan yang ramah, proses pengerjaan yang relatif cepat, serta kemampuan bengkel dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Pengalaman positif yang dirasakan konsumen setelah memperoleh layanan tersebut mendorong mereka untuk kembali menggunakan jasa bengkel ketika membutuhkan perawatan kendaraan dan tetap memilih Bengkel Chindy Motor dibandingkan bengkel lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ayu dan Yulianthini (2023) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga mendukung temuan Wijaya et al. (2024) serta Damanik et al. (2024) yang menjelaskan bahwa konsumen yang merasa puas terhadap kualitas layanan yang diterima akan menunjukkan tingkat loyalitas yang lebih tinggi melalui pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain, dan komitmen untuk tetap menggunakan produk atau jasa yang sama.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Bengkel Chindy Motor di Kecamatan Puspahiang. Kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui pelayanan yang cepat, tepat, ramah, serta didukung kemampuan mekanik dan penyampaian informasi yang jelas mampu meningkatkan loyalitas konsumen.

Selain itu, kepuasan konsumen juga berperan dalam mendorong loyalitas melalui pengalaman positif yang diperoleh setelah menggunakan jasa bengkel, sehingga konsumen cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam membangun serta mempertahankan loyalitas konsumen pada Bengkel Chindy Motor di Kecamatan Puspahiang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyatul Mukarromah, Iswati, & Pranata, E. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Tanjung Decoration. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 1(3), 258–272. <https://doi.org/10.61132/Jeap.V1i3.332>
- Andung Kahuripan. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Intellektika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 97–105. <https://doi.org/10.59841/Intellektika.V2i1.811>
- Ayu, I. A. Y. M., & Yulianthini, N. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Warung Ko-Vaitnam Singaraja. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 214–219.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)*, 2019–2023. <https://www.bps.go.id>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 76–85. <https://doi.org/10.38035/jmpis.V5i2.1834>
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi Ke-9). Universitas Diponegoro.
- Imelda Aprileny, Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(2), 60–76.
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jesya*, 5(2), 2192–2207. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i2.808>
- Sholikhah, A. F. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan. *Jurnal Economina*, 2(2), 693–708.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Wijaya, F., Mulyono, H., Utami, F. N., & Rolando, B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Motor. *Journal Of Trends Economics And Accounting Research*, 4(4), 976–984.
<https://doi.org/10.47065/Jtear.V4i4.1376>