

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan

Hendra Setiawan¹, Winny Halim², Nico Andersen³, Mbayak Ginting⁴, Rayu Sri Wahyuni⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Mikroskil, JL.M.H Thamrin No. 112, 124, 140 Medan, (061)-4573767

^{1,2,3,4,5}Fakultas Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Mikroskil, Medan

e-mail: ¹212110397@students.mikroskil.ac.id, ²212110066@students.mikroskil.ac.id,

³212110257@students.mikroskil.ac.id, ⁴mbayak@mikroskil.ac.id, ⁵ayu@mikroskil.ac.id

Dikirim: 26-03-2025 | Diterima: 24-04-2025 | Diterbitkan: 30-04-2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada Pelanggan Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Accidental sampling dan menggunakan rumus Lemeshow dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis dalam penelitian ini adalah SEM-PLS menggunakan program SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening, Harga tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This research aims to determine, test and analyze the influence of Service Quality, Price and Facilities on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as an intervening variable for Pertintis Perkasa Workshop Customers, Flamboyan Branch, Medan. The sampling technique used in this research was accidental sampling and used the Lemeshow formula with a sample size of 100 respondents. The analysis method in this research is SEM-PLS using the SmartPLS 4.0 program. The results of this research indicate that Service Quality, Price and Facilities have no effect on Customer Loyalty, Service Quality and Facilities have an effect on Customer Satisfaction, Price has no effect on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction has an effect on Customer Loyalty, Service Quality and Facilities have an effect on Customer Loyalty through Satisfaction Customer as an intervening variable, Price has no effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as an intervening variable.

Keywords: Service Quality, Price, Facility, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Perkembangan di industri otomotif semakin maju tiap tahunnya. Kendaraan roda empat atau mobil menjadi yang paling menonjol dan berkembang. Mobil menjadi kendaraan yang paling diminati oleh seluruh golongan, mulai dari golongan atas hingga bawah. Jumlah pengguna mobil semakin

meningkat tiap tahunnya, tentunya seluruh pengguna mobil harus merawat dan menjaga mobilnya agar tetap prima. Perkembangan industri otomotif tentunya tidak akan terlepas dari perkembangan bengkel-bengkel, dimana mereka menjadi sebuah tempat dimana para pemilik mobil dapat merawat dan memperbaiki mobil mereka. Hal ini membuat keberadaan bengkel semakin banyak baik itu bengkel resmi ataupun bengkel umum. Dengan semakin banyaknya bengkel yang ada, membuat persaingan antar bengkel pun semakin ketat. Tiap bengkel harus memiliki keunikan dan kelebihan yang menonjol agar tetap menjadi pilihan utama pelanggan. Faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, fasilitas, harga, promosi, dan lain-lain perlu diperhatikan. Penting juga untuk melakukan pengawasan dan evaluasi dalam setiap aspek perusahaan agar tidak menjadi nilai negatif dan titik lemah untuk diserang pesaing.



Gambar 1. Data Mobil Terlaris 2023

Sumber : Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia

Dapat dilihat dari gambar 1. tingkat penjualan mobil Toyota masih menjadi yang terbaik di Indonesia pada tahun 2023, ini artinya pihak bengkel resmi harus mempersiapkan diri untuk kedatangan mobil yang semakin banyak untuk melakukan perawatan dan perbaikan. Kesiapan ini bukan hanya semata-mata karena mengandalkan titel bengkel resmi sebagai nilai jual, tetapi juga harus benar-benar memberikan yang terbaik dari segala aspek seperti kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas yang diberikan pada pelanggan. Hal ini dilakukan dengan harapan agar pelanggan menjadi loyal dan tidak berpindah ke pesaing.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli kembali produk atau jasa dimasa mendatang (Ayuda et al., 2023). Dampak dari pengalaman positif yang dialami pelanggan tersebutlah yang pada akhirnya akan membentuk kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa, sehingga akan berujung pada peningkatan loyalitas pelanggan (Gultom et al., 2020). Dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, Toyota Perintis memberikan sebuah souvenir kecil kepada pelanggan setiap kali mereka datang ke bengkel. Souvenir yang diberikan akan berubah-ubah tiap bulan. Souvenir ini juga diberikan bersamaan dengan kartu ucapan terima kasih. Melalui pendekatan ini, diharapkan pelanggan tidak hanya puas, tetapi juga merasa dihargai dan diprioritaskan.

Dalam hal meningkatkan loyalitas pelanggan, tentunya harus memberikan fokus lebih dalam membuat pelanggan puas. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau puas bahwa produk jasa yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan (Anugerah & Sumantyo, 2023). Hal ini berarti pengalaman puas atau tidaknya pelanggan merupakan sebuah aspek penting yang berhubungan secara langsung dengan loyalitas pelanggan. Dengan memberikan pelayanan memuaskan, Toyota Perintis berharap dapat membangun hubungan jangka panjang dengan setiap pelanggan. Dalam tujuan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dan menilai tingkat kepuasan pelanggan, Bengkel Toyota Perintis selalu melakukan sebuah survei yang dinamai *Nett Promoter Score (NPS)* yang dikirimkan kepada seluruh pelanggan setiap kali melakukan perbaikan di bengkel, dengan parameter jika pelanggan memberikan nilai 1-8 maka dianggap tidak puas, dan jika pelanggan memberikan nilai 9-10 maka dianggap puas.

Variabel berikutnya yang juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga. Harga merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan juga untuk memikat pelanggan. Setiap perusahaan berusaha menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen agar lebih unggul dari para pesaingnya (Anggraini & Budiarti, 2020). Sebagai salah satu bengkel resmi yang sering dinilai mahal dibanding bengkel lain, tentunya faktor harga dapat menjadi salah satu faktor yang membuat pelanggan menjadi tidak loyal.

Variabel lainnya yang juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang dilakukan pelayan untuk merespon pelanggan yang ada berkaitan dengan produk atau jasa yang diinginkan, pelayanan dinyatakan berkualitas jika pelanggan merasakan lebih dari yang diharapkan (Achsa & Wibisono, 2021). Kualitas pelayanan dinilai menjadi faktor terpenting dalam menentukan loyalitas pelanggan. Penting bagi pelaku bisnis untuk secara konsisten memberikan layanan berkualitas tinggi untuk memenangkan loyalitas pelanggannya (Pratondo et al., 2024).

Variabel berikutnya yang juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga. Harga merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan juga untuk memikat pelanggan. Setiap perusahaan berusaha menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen agar lebih unggul dari para pesaingnya (Anggraini & Budiarti, 2020). Sebagai salah satu bengkel resmi yang sering dinilai mahal dibanding bengkel lain, tentunya faktor harga dapat menjadi salah satu faktor yang membuat pelanggan menjadi tidak loyal.

Variabel lainnya yang juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah fasilitas. Fasilitas adalah segala sarana pendukung untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen ataupun pengunjung untuk meningkatkan kepuasan (Stanley & Sidharta, 2023). Oleh karena itu, fasilitas dapat menjadi faktor penting bagi sebuah perusahaan untuk memberikan pengalaman yang luar biasa untuk memenuhi ekspektasi dan mempengaruhi persepsi pelanggan.

Dalam penelitian ini, variabel intervening berperan penting dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Sugiyono menyatakan variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur (Damaiyanti et al., 2023). Relevansi variabel intervening dalam konteks ini dapat dilihat pada peran kepuasan pelanggan sebagai mediator antara kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan. Adapun manfaat penelitian secara teoritis yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian mengenai loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dan variabel-variabel lainnya seperti kualitas pelayanan, harga dan fasilitas. Diharapkan juga agar penelitian ini dapat menjadi sumber referensi yang dapat dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti selanjutnya menggunakan variabel yang sama maupun variabel yang lebih kompleks. Manfaat penelitian secara praktis yaitu hasil penelitian ini diharapkan agar dapat bermanfaat sebagai masukan dan evaluasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas pada bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan dalam upaya untuk dapat meningkatkan kualitas perusahaan dengan tujuan mencapai kepuasan pelanggan dan dapat menjaga loyalitas dari pelanggan bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Loyalitas Pelanggan

Menurut Setyawan dalam (Pramesti & Chasanah, 2021) loyalitas pelanggan adalah sikap positif pelanggan terhadap produk atau jasa dengan komitmen untuk membeli dan merekomendasikan kepada pihak lain.

Menurut Kotler dan Keller, menyatakan bahwa indikator loyalitas pelanggan terdiri atas:

1. *Repeat Purchase*, kesetiaan terhadap pembelian produk
2. *Retention*, ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan
3. *Referalls*, mereferensikan secara total esistensi perusahaan (Said, 2022).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan keperluan pelanggan dipenuhi suatu pelayanan dapat dinilai memuaskan bila ia dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan harapannya (Arianto, 2022).

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono indikator kepuasan pelanggan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang di rasakan oleh pelanggan.
2. Minat Berkunjung Kembali merupakan kesediaan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang pada produk terkait.
3. Terciptanya citra merek, pelanggan akan cenderung lebih setia terhadap merek perusahaan dan kurang tertarik dengan merek pesaing (Tjiptono & Chandra, 2016).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan (Sinaga et al., 2020).

Indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry antara lain:

1. Keandalan (*Reability*) Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan
2. Kesadaran (*Awareness*) Kesadaran pegawai dalam membantu pelanggan yang membutuhkan bantuan.
3. Perhatian (*Attention*) Perhatian berupa informasi atau tindakan kepada pelanggan agar membuat pelanggan nyaman dalam pelayanan.
4. Ketepatan (*Acuracy*) Ketepatan dalam memberi pelayanan kepada pelanggan dengan baik (Indrasari, 2019).

Harga

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa (Indrasari, 2019).

Terdapat beberapa indikator dari penentuan harga yaitu :

1. Keterjangkauan Harga
Dalam indikator ini perusahaan mengukur apakah harga yang telah ditentukan dapat dijangkau oleh target pasar atau tidak. Dengan harga yang terjangkau oleh target pasar maka nantinya akan menjadi bahan pertimbangan target pasar untuk membeli produk yang dijual.
2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
Pada indikator ini perusahaan mengukur apakah harga yang telah ditentukan sudah sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan.
3. Daya Saing Harga
Harga merupakan salah satu senjata dalam persaingan pasar. pelanggan saat ini sudah lebih konservatif dalam membeli produk. Pelanggan akan membandingkan harga produk yang sejenis

dengan berbagai merek. Maka dari itu, perusahaan harus mengukur apakah harga yang ditentukan terlalu tinggi atau terlalu rendah dibanding pesaing.

4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Mirip halnya dengan kesesuaian harga dengan kualitas, produk juga harus memiliki hubungan yang berbanding lurus dengan manfaat. Pada indikator ini perusahaan mengukur apakah harga yang telah ditentukan sudah sebanding dengan manfaat produk yang ditawarkan kepada pelanggan (Astuti & Matondang, 2020).

Fasilitas

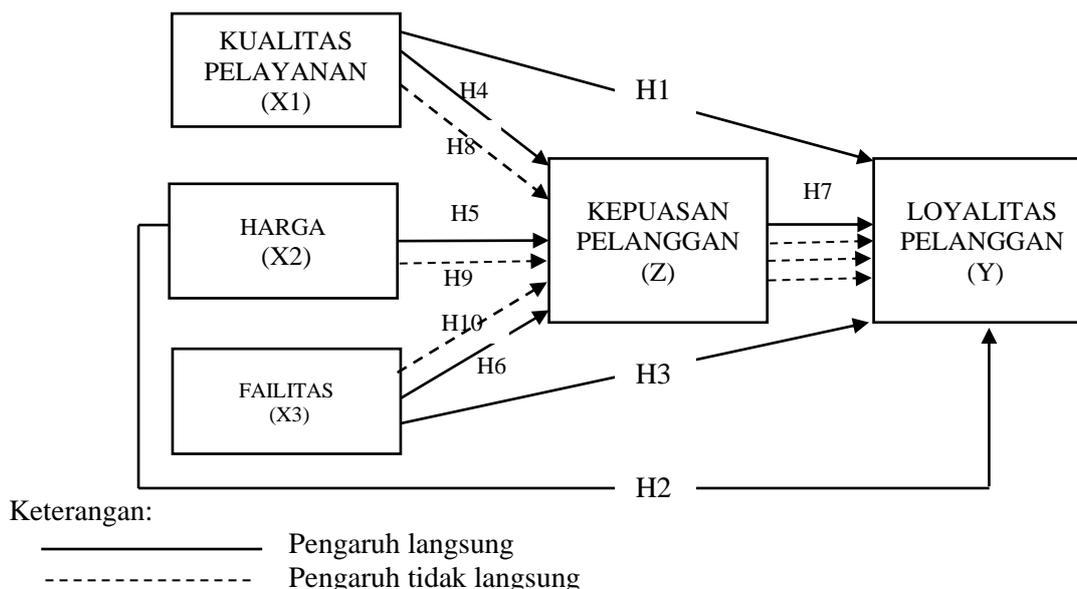
Fasilitas merupakan bukti fisik yang disediakan oleh perusahaan yang berguna untuk menunjang kepuasan pelanggan dengan adanya pemberian fasilitas yang lengkap dan nyaman akan mencapai tingkat kepuasan pelanggan dan diharapkan pelanggan akan mau mengulang lagi membeli jasa yang disediakan oleh perusahaan (Setianingsih & Hastuti, 2024).

Terdapat beberapa indikator dari fasilitas, yaitu (tjiptono 2016) :

1. Kebersihan dan kerapian fasilitas, yaitu keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat pengunjung menggunakan fasilitas tersebut.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang disediakan, yaitu fasilitas berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.
3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan, yaitu fasilitas yang ditawarkan kepada pengunjung adalah fasilitas yang sudah familiar bagi pengunjung sehingga pengunjung dapat menggunakannya dengan mudah.
4. Kelengkapan fasilitas, yaitu fasilitas lengkap yang dapat digunakan oleh pengunjung sesuai dengan spesifikasinya (Tjiptono & Chandra, 2016).

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah sebuah struktur yang menjelaskan konsep-konsep dari asumsi teoritis, yang kemudian diterapkan untuk menggambarkan unsur-unsur yang ada dalam objek penelitian dan menunjukkan bagaimana konsep-konsep tersebut saling berhubungan (Hardani et al., 2020).



Gambar 2. Kerangka Konseptual

2.3 Perumusan Hipotesis

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu dimana penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan (Sinaga et al., 2020). Penjelasan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Adi et al., 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan.

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang atau jasa (Safitri, 2023). Penjelasan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Simanjuntak et al., 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler menyatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan dimana kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Supraptini & Supriyadi, 2020). Penjelasan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Amelia & Safitri, 2021). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Terdapat pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller dalam (Sustiyatik, 2020) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Penjelasan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Prayudi, 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga merupakan suatu kewajiban yang besarnya harus disesuaikan dan kemampuan target pasar yang telah ditentukan. Penentuan harga merupakan variabel yang sangat penting karena dalam bauran pemasaran. Harga adalah satu-satunya variabel yang menjadi pemasukan bagi perusahaan (Astuti & Matondang, 2020). Penjelasan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Pradata et al., 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Fasilitas merupakan bukti fisik yang disediakan oleh perusahaan yang berguna untuk menunjang kepuasan pelanggan dengan adanya pemberian fasilitas yang lengkap dan nyaman akan mencapai tingkat kepuasan pelanggan dan diharapkan pelanggan akan mau mengulang lagi membeli jasa yang disediakan oleh perusahaan (Setianingsih & Hastuti, 2024). Penjelasan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (William & Purba, 2020). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: Terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan keperluan pelanggan dipenuhi suatu pelayanan dapat dinilai memuaskan bila ia dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan harapannya (Arianto, 2022). Penjelasan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Ramadhany & Supriyono, 2022). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7: Terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan berperan dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dimana ketika pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka pada saat itu pula sikap yang loyal dari pelanggan akan timbul (Ananda & Jatra, 2019). Penjelasan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan (Sutikno et al., 2021). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H8: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan.

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Harga merupakan suatu kewajiban yang besarnya harus disesuaikan dan kemampuan target pasar yang telah ditentukan. Penentuan harga merupakan variabel yang sangat penting karena dalam bauran pemasaran. Harga adalah satu-satunya variabel yang menjadi pemasukan bagi perusahaan (Astuti & Matondang, 2020). Penjelasan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan (Hidayat & Peridawaty, 2020). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H9: Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Fasilitas merupakan bukti fisik yang disediakan oleh perusahaan yang berguna untuk menunjang kepuasan pelanggan dengan adanya pemberian fasilitas yang lengkap dan nyaman akan mencapai tingkat kepuasan pelanggan dan diharapkan pelanggan akan mau mengulang lagi membeli jasa yang disediakan oleh perusahaan (Setianingsih & Hastuti, 2024). Penjelasan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan (Setianingsih & Hastuti, 2024). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H10: Fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *accidental sampling* dengan kriteria sampel pernah melakukan perbaikan di Bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus *Lemeshow*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner skala likert dalam memperoleh data primer, sedangkan pengumpulan data skunder digunakan studi kepustakaan (buku, jurnal, dan website). Data primer sebagai data utama dianalisis dengan metode *Partial least Squares Analysis – Structural Equation Model* (PLS-SEM) untuk membuktikan hipotesis yang telah dikembangkan. Pengolahan data dengan memanfaatkan aplikasi komputer *Smart-PLS 3.2.9*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam poin ini ditampilkan hasil pengolahan dan analisis data serta dilakukan pembahasan hasil penelitian.

4.1 Hasil Statistik Deskriptif

Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan, nilai rata-rata (mean) yang diperoleh adalah 4,25 dan nilai yang paling sering muncul (modus) adalah 4 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan dalam kuesioner.

Harga

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terhadap variabel harga, nilai rata-rata (mean) yang diperoleh adalah 4,134 dan nilai yang paling sering muncul (modus) adalah 4 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel harga dalam kuesioner.

Fasilitas

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terhadap variabel fasilitas, nilai rata-rata (mean) yang diperoleh adalah 4,236 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel fasilitas dalam kuesioner.

Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terhadap variabel loyalitas pelanggan, nilai rata-rata (mean) yang diperoleh adalah 4,210 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel loyalitas pelanggan dalam kuesioner.

Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terhadap variabel kepuasan pelanggan, nilai rata-rata (mean) yang diperoleh adalah 4,232 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel kepuasan pelanggan dalam kuesioner.

4.2 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Berdasarkan hasil uji validitas konvergen dapat dilihat bahwa hasil uji *Loading Factor* dengan menggunakan SmartPLS di atas, menunjukkan bahwa semua indikator dengan variabel sudah >

0,7 dapat disimpulkan bahwa setiap indikator sudah memenuhi persyaratan sehingga nilai dari *convergent validity* dinyatakan valid.

Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Berdasarkan hasil uji validitas diskriminan dapat diketahui bahwa nilai *outer loadings* pada masing-masing konstruk yang dituju lebih besar dibandingkan nilai *outer loadings* dengan konstruk yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator yang ada valid dan memiliki nilai *Discriminant Validity* yang baik.

Composite Reliability

Berdasarkan hasil uji composite reliability dapat dilihat bahwa nilai *Composite reliability* dari variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,898, Harga (X2) sebesar 0,938, Fasilitas (X3) sebesar 0,955, Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0,953, dan Kepuasan Pelanggan (Z) sebesar 0,967. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai *Composite reliability* > 0,70, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap variabel dapat dikategorikan sebagai reliabel.

Cronbach's Alpha

Berdasarkan hasil uji cronbach's alpha dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,870, variabel Harga (X2) memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,924, variabel Fasilitas (X3) memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,946, variabel loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,941, dan variabel kepuasan pelanggan (Z) memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,959. Hal ini menunjukkan bahwa tiap variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70 sehingga dapat dikatakan bahwa tiap variabel dikategorikan sebagai reliabel.

4.3 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

R-Square (R^2)

Tabel 1. Nilai *R-Square* (R^2)

Variabel	R-square	R-square adjusted
Y	0,857	0,851
Z	0,609	0,597

Berdasarkan hasil uji *R-Square* (R^2) dapat diketahui bahwa:

1. Nilai *R-Square* (R^2) untuk variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,609. Hal ini berarti besarnya persentase pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan yaitu sebesar 60,9% sedangkan sisanya sebesar 39,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Nilai *R-Square* (R^2) untuk variabel Loyalitas Pelanggan sebesar 0,857. Hal ini berarti besarnya persentase pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar 85,7% sedangkan sisanya sebesar 14,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.4 Uji Hipotesis

Uji Pengaruh Langsung

Tabel 2. Hasil *Output Path Coefficients*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Y	0.079	0.084	0.065	1.204	0.229
X1 -> Z	0.332	0.342	0.121	2.751	0.006
X2 -> Y	-0.059	-0.067	0.063	0.944	0.346
X2 -> Z	0.231	0.229	0.137	1.690	0.092
X3 -> Y	0.082	0.089	0.064	1.290	0.197

X3 -> Z	0.403	0.398	0.116	3.475	0.001
Z -> Y	0.855	0.847	0.082	10.444	0.000

Hasil pengujian hipotesis variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai t statistik sebesar 1,204 dan nilai *p value* adalah $0,229 > 0,05$ maka H1 ditolak dan H0 diterima, artinya variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa. Hasil pengujian hipotesis variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai t statistik sebesar 0,944 dan nilai *p value* adalah $0,346 > 0,05$ maka H1 ditolak dan H0 diterima, artinya variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa. Hasil pengujian hipotesis variabel Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai t statistik sebesar 1,290 dan nilai *p value* adalah $0,197 > 0,05$ maka H1 ditolak dan H0 diterima, artinya variabel Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa. Hasil pengujian hipotesis variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai t statistik sebesar 2,751 dan nilai *p value* adalah $0,006 < 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa. Hasil pengujian hipotesis variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai t statistik sebesar 1.690 dan nilai *p value* adalah $0,092 > 0,05$ maka H1 ditolak dan H0 diterima, artinya variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa. Hasil pengujian hipotesis variabel Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai t statistik sebesar 3,475 dan nilai *p value* adalah $0,001 < 0,05$ maka H0 tolak dan H1 diterima, artinya variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa. Hasil pengujian hipotesis variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai t statistik sebesar 10,444 dan nilai *p value* adalah $0,000 < 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa.

Uji Pengaruh Tidak Langsung

Tabel 3. Hasil specific indirect output

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
X1 -> Z -> Y	0.284	0.288	0,098	2,897	0.004
X2 -> Z -> Y	0.198	0.198	0.123	1,613	0.107
X3 -> Z -> Y	0,345	0,337	0,102	3,370	0.001

Hasil pengujian hipotesis variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan dengan nilai t statistik sebesar 2,897 dan nilai *p value* adalah $0,004 < 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa. Hasil pengujian hipotesis variabel Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan dengan nilai t statistik sebesar 1,613 dan nilai *p value* adalah $0,107 > 0,05$ maka H1 ditolak dan H0 diterima, artinya variabel Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa. Hasil pengujian hipotesis variabel Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan dengan nilai t statistik sebesar 3,370 dan nilai *p value* adalah $0,001 < 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya variabel Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa.

4.5 Pembahasan

Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang

menyatakan bahwa tidak terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Kuswandi & Nuryanto, 2021). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, didapatkan hasil rata-rata pada tabel statistik deskriptif dengan nilai mean yang diperoleh sebesar 4,25. Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun pada bagian Kualitas Pelayanan mendapatkan hasil yang positif, tetapi Kualitas Pelayanan yang ditawarkan oleh bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan tidak dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

Terdapat Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Pratama, 2021). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, didapatkan hasil rata-rata pada tabel statistik deskriptif dengan nilai mean yang diperoleh sebesar 4,134. Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun pada bagian Harga mendapatkan hasil yang negatif, tetapi Harga yang ditawarkan oleh bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan tidak dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

Terdapat Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan (Kasanah & Hanifah, 2023). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, didapatkan hasil rata-rata pada tabel statistik deskriptif dengan nilai mean yang diperoleh sebesar 4,236. Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun pada bagian Fasilitas mendapatkan hasil yang positif, tetapi Fasilitas yang ditawarkan oleh bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan tidak dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Prayudi, 2023). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, didapatkan hasil rata-rata pada tabel statistik deskriptif dengan nilai mean yang diperoleh sebesar 4,134. Hasil tersebut memberikan pernyataan bahwa Kualitas Pelayanan yang ditawarkan oleh bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan sudah baik, sehingga terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Terdapat Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Ardiyanto et al., 2024). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, didapatkan hasil rata-rata pada tabel statistik deskriptif dengan nilai mean yang diperoleh sebesar 4,134. Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun pada bagian Harga mendapatkan hasil yang positif, tetapi Harga yang ditawarkan oleh bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan tidak dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Terdapat Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat

pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (William & Purba, 2020). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, didapatkan hasil rata-rata pada tabel statistik deskriptif dengan nilai mean yang diperoleh sebesar 4,236. Hasil tersebut memberikan pernyataan bahwa Fasilitas yang ditawarkan oleh bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan sudah baik, sehingga terdapat pengaruh antara Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan.

Terdapat Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada bengkel. PT. Perintis Perkasa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Ramadhany & Supriyono, 2022). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, didapatkan hasil rata-rata pada tabel statistik deskriptif dengan nilai mean yang diperoleh sebesar 4,232. Hasil tersebut memberikan pernyataan bahwa Kepuasan Pelanggan yang diperoleh dari bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan sudah baik, sehingga terdapat pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan secara tidak langsung berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, didapatkan hasil rata-rata pada tabel statistik deskriptif dengan nilai mean yang diperoleh sebesar 4,25. Berdasarkan pembahasan sebelumnya, memperoleh kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, tetapi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil tersebut memberikan pernyataan bahwa Kualitas Pelayanan yang ditawarkan oleh bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Loyalitas Pelanggan.

Terdapat Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan yang berarti bahwa Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, didapatkan hasil rata-rata pada tabel statistik deskriptif dengan nilai mean yang diperoleh sebesar 4,134. Berdasarkan pembahasan sebelumnya, memperoleh kesimpulan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, dan Harga juga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil tersebut memberikan pernyataan bahwa Harga yang ditawarkan oleh bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Terdapat Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada bengkel PT. Perintis Perkasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan yang berarti bahwa Fasilitas secara tidak langsung berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, didapatkan hasil rata-rata pada tabel statistik deskriptif dengan nilai mean yang diperoleh sebesar 4,236. Berdasarkan pembahasan

sebelumnya, memperoleh kesimpulan bahwa Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, tetapi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil tersebut memberikan pernyataan bahwa Fasilitas yang ditawarkan oleh bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Loyalitas Pelanggan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan, harga dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan.
2. Kualitas Pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan.
3. Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan.
4. Kualitas Pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan.
5. Harga tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan bengkel Perintis Perkasa cabang Flamboyan Medan.

6. KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, terdapat saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Kualitas pelayanan, harga dan fasilitas tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, namun Bengkel Perintis Flamboyan tetap perlu untuk mempertahankan kualitas pelayanan, harga dan fasilitas dalam keadaan baik. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan yang secara tidak langsung juga akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Harga tidak perlu menjadi fokus utama pihak perusahaan jika ingin meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, karena harga tidak berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan aspek yang sama, yaitu Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening, disarankan untuk menggunakan metode penelitian yang lebih beragam dan mempertimbangkan peran moderasi, seperti faktor demografi dan preferensi pelanggan. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk dapat menggunakan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, dan penelitian selanjutnya juga sebaiknya dapat menambahkan variabel bebas lainnya agar dapat lebih menjelaskan hal-hal yang mempengaruhi.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, A., & Wibisono, H. B. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Servis Kendaraan (Studi Kasus Di Ahass Astra Honda Motor Kedungsari Kota Magelang). *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 9(2), 92–100. <https://doi.org/10.17509/image.v9i2.25936>
- Adi, A., Nurjannah, N., & Rudianto, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walendrang. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Terapan*, 1(1), 21–30. <https://doi.org/10.35914/jmet.v1i1.18>

- Amelia, Y. T., & Safitri, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Café Hangout Di Sampit. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 95–106. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.296>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Ardiyanto, L. D., Pradiani, T., & Fatthorrahman, F. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Besi dan Kaca “Santa” Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 5(2). <https://doi.org/10.32815/jpro.v5i2.2163>
- Arianto, N. (2022). *Manajemen Pemasaran* (N. Tilova, Ed.; 1st ed.). Cipta Media Nusantara.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media* (R. H. M. Meutia, Ed.; Pertama). Deepublish.
- Ayuda, F., Samsir, S., & Wijayanto, G. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Suku Cadang Ac Mobil Denso di Kota Pekanbaru. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 167–176. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v11i2.2858>
- Damaiyanti, A., Hidayanti, S. K., & Veronica, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 125–136. <https://doi.org/10.36546/jm.v11i2.888>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i2.5290>
- Hardani, Auliya, N. H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Hidayat, D. R., & Peridawaty. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 1(1), 16–27. <https://doi.org/10.52300/jmso.v1i1.2370>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Pradata, D. K., Ratnaningtyas, E. M., & Nurani, RR. P. A. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bengkel Mobil Eko Autocare Di Sleman). *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(3), 148–162. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i3.425>
- Pramesti, M. A., & Chasanah, U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 281–287. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i2.76>
- Pratama, D. F. (2021). Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Bengkel Makmur Motor). *JISO : Journal of Industrial and Systems Optimization*, 4(2), 102. <https://doi.org/10.51804/jiso.v4i2.102-108>
- Pratondo, K., Zaid, Bidul, S., & Aisyah, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Perusahaan (Studi Kasus pada Bisnis Ritel TokoMu). *Journal Of Social Science Research*, 4(2), 3675–3686. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.9511>
- Prayudi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Online Supercar.Id Kota Tangerang Selatan. *Syntax Idea*, 5(10), 1408–1427. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i10.2530>
- Ramadhany, A., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada AP Garage (Bengkel Cat & Custom). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 199. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.511>
- Safitri, N. A. S. (2023). *Manajemen Pemasaran* (R. Kurniawan, Ed.; 1st ed.). K-Media.
- Said, M. (2022). *Manajemen Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen Perusahaan Ritel Modern* (Gunawan, Ed.). Intelektual Karya Nusantara.

- Setianingsih, W., & Hastuti, I. (2024). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Dealer Marcel Motor Andong Boyolali). *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 4(1), 11–22. <https://doi.org/10.47701/bismak.v4i1.2943>
- Simanjuntak, J. M., Junianto, P., & Harianja, J. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di CV Tri Jaya Mobil Tiban Batam. *Tractare: Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 6(2), 133–142. <https://doi.org/10.62820/trt.v6i2.110>
- Sinaga, A., SIHOMBING, S., & SITANGGANG, D. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffeenatics Medan. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 119–144. <https://doi.org/10.54367/jrak.v6i1.855>
- Stanley, V., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Kost Surabaya Barat. *PERFORMA*, 8(4), 418–427. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i4.3793>
- Suprptini, N., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh Fasilitas, Transportasi Dan Akomodasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dikabupaten Semarang. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(2), 121–131. <https://doi.org/10.26533/jmd.v3i2.729>
- Sustiyatik, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, 10(2), 175–184. <https://doi.org/10.30649/japk.v10i2.19>
- Sutikno, B., Mufidah, E., & Latifa, A. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Sicepat Ekspres Pasuruan. *Jurnal EMA*, 6(2). <https://doi.org/10.47335/ema.v6i2.87>
- Suwandi, E. (2022). *Metodologi Penelitian*. PT. Scifintech Andrew Wijaya.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality and satisfication* (4th ed.). CV And Offset.
- William, & Purba, T. (2020). Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda di Kota Batam. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28051>