

**LOYALITAS PELANGGAN PADA PREMIUM
CAR WASH BY SHAPUTRA GROUP**

ARTIKEL



Oleh:

Farid Hidayatullah

NPM : 715.2.1.1918

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIRARAJA

2019

**LOYALITAS PELANGGAN PADA PREMIUM CAR WASH
BY SHAPUTRA GROUP**

Artikel Penelitian
Program Studi : Manajemen

Diajukan Oleh :
FARID HIDAYATULLAH
NPM : 715211918

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIRARAJA
2019**

Telah Disetujui
Dosen Pembimbing
Pada Tanggal 11 September 2019



Arvo Wibisono, ST., MM.
NIDN. 0731039001

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Wiraraja, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : FARID HIDAYATULLAH
NPM : 715211918
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS
Program Studi : MANAJEMEN
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Hak **Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive
Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**LOYALITAS PELANGGAN PADA PREMIUM CAR WASH BY
SHAPUTRA GROUP.**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti
Noneksklusif ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis berhak menyimpan, mengalih
media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat,
dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya
sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Sumenep
Pada tanggal : 11 September 2019
Yang menyatakan



(FARID HIDAYATULLAH)

LOYALITAS PELANGGAN PADA PREMIUM CAR WASH BY SHAPUTRA GROUP

Farid Hidayatullah
Aryo Wibisono

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja
Sumenep

E-mail: farid13hidayat06@gmail.com

E-mail: aryo.wibosono45@gmail.com

ABSTRAK

Farid Hidayatullah. 2019. **Loyalitas Pelanggan Pada Premium Car Wash.** Skripsi: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing Aryo Wibisono, ST., MM.

Penelitian ini untuk mengetahui variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan premium car wash baik dengan atau tanpa menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel Intervening yaitu kualitas pelayanan.

Penelitian ini dilakukan terhadap usaha yang bergerak dibidang jasa cuci mobil yakni premium car wash dengan menggunakan pengambilan sampel dengan cara *purposivesive sampling* dan jenis penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 97 responden. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dengan intervening, uji hipotesis, dan uji determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan premium car wash baik dengan atau tanpa menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel Intervening yaitu kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan yang di duga sebagai variabel mediasi adalah benar memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan premium car wash. Pelanggan premium car wash bisa menjadi pelanggan yang loyal karena kualitas pelayanan yang baik.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Farid Hidayatullah. 2019. **Loyalitas Pelanggan Pada Premium Car Wash.** Skripsi: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing Aryo Wibisono, ST., MM.

This research is to find out the variables that influence customer loyalty Premium Car Wash either with our without using customer satisfaction as an intervening variable, namely service quality.

The research was carried out on service bussines namely Premium Car Wash by using sampling by means of purposive sampling and the type of quantitatif research. The sample used was 97 respondents. As for the data analysis technique used is test the quality of the data, test assumption of classic, linear multiple regression analysis with intervening, tesh hypotehesis and test of determination.

The result of this study indicate that of the variables that influence customer loyalty premium car wash both with our without using customer satisfaction as intervening, namely the quality of service. Customer satisfaction which is thought to be a mediating variable is corret in mediating the quality of service to customer loyalty premium car wash. Customer premium car wash can be loyal because of the quality of service is perfect.

Keywords : service quality, customer satisfaction and customer loyalty.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dengan berkembangnya teknologi saat ini yang semakin maju, banyak perusahaan mobil yang terus menciptakan berbagai jenis mobil yang setiap tahunnya terus mengalami peningkatan yang cukup besar. Khususnya di Indonesia pemakaian mobil hampir sebagian penduduk menggunakan mobil. Bukan hanya pabrik mobil saja yang setiap tahunnya mengalami peningkatan kualitas, pabrik motor juga tidak kalah meningkatnya dengan pabrik mobil. Setiap tahunnya juga mengalami perkembangan yang sangat pesat dengan terus berinovasi. Dengan ini tentunya membuka usaha cuci mobil adalah sesuatu bisnis yang menjanjikan atau dibidang bisa menguntungkan.

Menerapkan kualitas layanan yang berbeda dari tempat lainnya salah satu cara bagaimana menarik minat pelanggan agar supaya pelanggan mau menggunakan jasa kita. Untuk dapat bertahan ditengah banyaknya pesaing di bidang usaha yang sama kita harus memberikan sesuatu yang tidak ada atau tidak di lakukan di tempat lain, seperti halnya pemakain *Smartwax one waterless wash+wax* dan juga jasa antar jemput mobil yang akan di cuci.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik pelanggan Premium Car Wash ?
2. Bagaimana pengaruh secara langsung maupun tidak langsung dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis karakteristik pelanggan pada premium car wash.
2. Untuk menganalisis pengaruh secara langsung maupun tidak langsung dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

TINJAUAN PUSTAKA

Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin (2009) mendefinisikannya sebagai orang yang melakukan pembelian secara berulang, membeli beberapa produk dan jasa, memberikan informasi kepada orang lain, dan menolak terhadap tarikan dari pesaing. (Hon Liung dan Tantri Yanuar Rahmat Syah, 2017)

METODELOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan cara pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang fokus terhadap keluasan informasi, dan metode tersebut di anggap sesuai untuk digunakan pada populasi yang luas yang variabelnya sangat terbatas, sehingga data atau riset dianggap sebuah representasi dari seluruh populasi. Metode yang digunakan ini adalah deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang diteliti.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian bertempat pada Premium Car Wash By Shaputra Group, yang berlokasi di Jl. Adirasa, Kolor, Kabupaten Sumenep. Waktu penelitian dilakukan pada bulan April hingga Juni.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang mencuci kendaraannya pada Premium Car Wash. Rumus untuk mencari sampel Djarwanto dan Subagyo, 2000:159 dalam Afrian. R dan Sutopo (2017).

$$n = 1/4 \left[\frac{2 \alpha / 2}{E} \right]^2$$

$$n = 1/4 \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = 96,64$$

Maka untuk memudahkan penelitian sampel dibulatkan menjadi 97 responden. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan menentukan ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian dan diharapkan dapat memecah permasalahan didalam penelitian. Ciri khusus yang dipilih pada penelitian ini adalah pelanggan cuci mobil pada Premium Car Wash.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data subjek (self-report, data) yang terdiri dari sikap, karakteristik individu, opini maupun kelompok yang menjadi subjek penelitian (responden).

Sumber Data

Penelitian ini bersumber dari 2 data sebagai berikut :

Data Primer : data dipenelitian ini diperoleh dari angket (pertanyaan) yang disebarkan kepada pelanggan yang mencuci kendaraannya (Responden)

Data Sekunder : data sekunder ini yang ada pada penelitian ini didapat dari perusahaan dan studi pustaka yang hampir sama dalam

penelitian juga didapat dari beberapa sumber-sumber yang hampir sama dengan penelitian, sebagai acuan untuk memahami objek yang akan diteliti dan sebagai bahan dalam menganalisis objek penelitian secara akurat.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam perolehan data penelitian ini, diperlukan beberapa teknik pengumpulan data yaitu :

Observasi merupakan kegiatan terjun langsung ke lapangan atau objek yang akan diteliti (populasi dan sampel), hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penyebaran kuesioner tersebut kepada pelanggan Premium car wash untuk menjawab pertanyaan. Skala likert mempunyai gradasi dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, yang dijelaskan dengan kata-kata sebagai berikut :

SS	= Sangat Setuju	diberi skor	5
ST	= Setuju	diberi skor	4
S	= Sedang	diberi skor	3
TS	= Tidak Setuju	diberi skor	2
STS	= Sangat Tidak Setuju	diberi skor	1

Teknik Analisis Data

Penelitian ini memakai teknik analisis data kuantitatif dan analisis regresi linier berganda yang diolah melalui Statistical Program For Social Science (SPSS). Teknik ini digunakan untuk menguji pengaruh bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan guna meningkatkan loyalitas pelanggan pada premium car wash.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Sejarah Premium Car Wash

Premium Car Wash adalah sebuah usaha bergerak dibidang jasa cuci mobil. Usaha ini telah mendapatkan surat izin usaha yang diatur dalam undang-undang sebagai syarat seperti jenis-jenis usaha perorangan lainnya. Premium car wash sebelum bertempat di jl Adirasa dulunya bertempat di jl jokotole Lingkar barat disana premium carwash berdiri dari tanggal 9 juni 2014. Dan pada akhir tahun 2015 membangun tempat yang baru yang terletak dijalan Adirasa Bumi Sumekar Kolor sumenep dan dan selesai pada pertengahan tahun 2017 dan mulai membukanya pada bulan September 2017. Pemilik Premium Car WASH yaitu bapak Mulyadi yang beralamat desa Tanjung Saronggi. Bangunan Premium Car Wash terdapat dua lantai. Lantai pertama adalah tempat cuci mobil dan lantai duanya sebuah graha ataupun tempat seminar atau acara lainnya.

Penentuan lokasi merupakan faktor keputusan yang paling penting yang dilakukan oleh pemilik, dimana mereka akan menempatkan kegiatan perusahaan mereka karena akan mempengaruhi perusahaan dalam menentukan kelangsungan hidup

pada perusahaan tersebut. Dari situlah dipilih lokasi di Jl. Adirasa, Bumi Sumekar, Kolor Sumenep.

Karakteristik Responden

Pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan Pada Premium Car Wash By Shaputra Group, dimana dalam penelitian ini telah ditetapkan responden sebanyak 97 responden yang menjadi pelanggan Premium Car Wash, untuk kemudian diberikan kuesioner atau angket penelitian, kuesioner yang sudah diisi tersebut dikembalikan kepada peneliti untuk diolah lebih lanjut. Oleh karena itu, peneliti akan menyajikan karakteristik responden yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Karakteristik Responden Dilihat Dari Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Dilihat Dari Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent	
Valid	PEREMPUAN	14	14,4	14,4	14,4
	LAKI LAKI	83	85,6	85,6	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden laki-laki yaitu sebanyak 83 orang dengan presentase 85,6%, dan perempuan sebanyak 14 orang dengan presentase 14,4%.

Tabel 4.2
Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Cronbach's Alpha If Item Deleted
X1	15,86	4,021	,471	,543
X2	15,57	4,561	,333	,614
X3	15,62	4,426	,367	,598
X4	15,49	5,003	,324	,615
X5	15,40	4,243	,468	,547

Sumber : data primer dibuat tahun 2019

Tabel validitas diatas menunjukkan hasil pada nilai *Corrected Item-Total Correlation* indikator kualitas pelayanan X1 = 0,431 > 0,3, X2 = 0,333 > 0,3, X3 = 0,367 > 0,3, X4 = 0,324 > 0,3, X5 = 0,468 > 0,3. Dari semua indikator mempunyai atau melebihi nilai 0,3 yang artinya jika nilai lebih dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel kualitas pelayanan VALID.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dibuat untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel. Instrumen disebut reliabel apabila kuisisioner tersebut dapat menunjukkan data yang dapat dipercaya dan sama dengan kenyataan yang sebenarnya. Dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* > 0,60. Perhitungan ini, dibantu dengan penggunaan program SPSS versi 20.

Tabel 4.3
Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,638	5

Sumber : data primer diolah tahun 2019

Berdasarkan hasil dari data tabel 4.7 diatas, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai pada *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 dan sudah dinyatakan reliabel.

Tabel 4.4
Analisis Regresi Linier Berganda
XZ → Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,128	,995		,128	,898
	Total X	,397	,062	,537	6,382	,000
	TOTAL Z	,254	,069	,311	3,701	,000

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,128 + 0,397X + 0,254Z + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas pelanggan

a = Konstanta

b₁....b₅ = Koefisien regresi

X₁ = Kualitas Pelayanan

Z = Kepuasan Pelanggan

e = Tingkat kesalahan

Persamaan regresi diatas untuk lebih jelasnya sebagai berikut :

a = 0,128 adalah nilai konstanta dalam penelitian ini. dimana ketika X sama dengan 0, maka Y = a

b₁ = Nilai koefisien regresi X sebesar 0,397 artinya jika X mengalami peningkatan satu satuan maka akan menaikkan Y sebesar 0,397

Z = Nilai koefisien regresi Z sebesar 0,254 artinya jika Z mengalami peningkatan satu satuan maka akan meningkatkan Y sebesar 0,254.

- a. Uji t pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Premium Car Wash

Uji t terdapat pengaruh yang besar pada variabel bebas secara individu pada variabel terikat secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada table diatas pada kolom sig (*significance*). Jika nilai signifikan < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari olah data pada penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

Karakteristik Pelanggan Premium Car Wash

Karakteristik responden pada premium car wash mulai dari jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 83 orang dengan presentase 85,6%, dan perempuan sebanyak 14 orang dengan presentase 14,4%. Sedangkan berdasarkan usia mulai dari tujuh belas tahun sampai lima puluh tahun lebih dengan persentase dari 31-40 tahun sebanyak 38 orang dengan presentase 39,2%, sedangkan yang berusia 21-30 tahun berjumlah 30 orang dengan presentase 30,9%, yang berusia 41-50 sebanyak 16 orang dengan presentase 16,5%, yang berusia >50 tahun sebanyak 10 orang dengan presentasi 10,3% dan yang berusia 15-20 sebanyak 3 orang dengan presentase 3,1%%. Selanjutnya karakteristik berdasarkan pekerjaan dimana PNS sebanyak 20 Orang dengan presentasi sebesar 20,6%, Perawat sebanyak 7 orang dengan presentase 7,2%, Karyawan Swasta sebanyak 56 orang dengan presentasi 57,7%.

Dapat dilihat dari penjelasan karakteristik diatas pelanggan cuci mobil dilihat dari jenis kelamin laki-laki paling banyak dengan persentase 85,6%, dan segi usia pelanggan premium car wash mayoritas usia 31-40 tahun, dan dari segi pekerjaan karyawan swasta mendominasi dengan presentase sebesar 57,7%.

Hasil ini sama dengan apa yang dihasilkan dalam penelitian yang dilakukan di premium car wash by shaputra group didapat dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pelanggan premium car wash.

Pengaruh Secara Langsung Maupun Tidak Langsung Dari Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil secara parsial pengaruh secara langsung variabel kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) berpengaruh positif dan signifikan yang dilihat hasil uji t yang memperoleh nilai t hitung sebesar 6,382 dengan tingkat signifikan 0,000. Yang artinya nilai signifikan tersebut berada dibawah angka 0,05 yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) atau berpengaruh secara langsung.

Berdasarkan hasil pengujian secara tidak langsung variabel kepuasan pelanggan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Premium Car Wash. Kepuasan pelanggan diduga sebagai variabel intervening antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan Premium Car Wash adalah benar, itu di buktikan dengan pengujian melalui metode regresi linier berganda dengan intervening dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan variabel intervening antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Itu di buktikan dari pengujian regresi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ($X \rightarrow Z \rightarrow Y$).

Sejalan dengan penelitian Hilman Ardianta Putra (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lontar Media Digital Printing Semarang)” hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa pengaruh secara langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan dan juga secara tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian tentang loyalitas pelanggan pada Premium Car Wash, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 5.1.1. Dari karakteristik pelanggan cuci mobil pada premium car wash dilihat dari jenis kelamin mayoritas pelanggannya adalah laki-laki paling banyak dengan persentase 85,6%, dan segi usia pelanggan premium car wash mayoritas usia 31-40 tahun, dan dari segi pekerjaan karyawan swasta mendominasi dengan presentase sebesar 57,7%.
- 5.1.2. Berdasarkan pengujian yang dilakukan diatas dapat di simpulkan bahwa pengaruh secara langsung lebih besar pengaruhnya dari pada hasil uji yang menggunakan variabel intervening atau secara tidak langsung
- 5.1.3. Dari hasil analisis data secara parsial pada uji pertama (X-Z) kualitas pelayanan secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pada uji kedua (X-Z-Y) diketahui bahwa semua variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial mempunyai pengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian memiliki beberapa keterbatasan keterbatasan. Adanya keterbatasan ini agar penelitian selanjutnya dapat dilakukan perbaikan agar topik bahasan dapat dibahas lebih mendalam lagi. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 5.2.1. Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan sampel responden pada pelanggan Premium Car Wash By Shaputra Group.
- 5.2.2. Untuk penelitian selanjutnya agar ruang lingkup penelitian dapat dimaksimalkan dan pemilihan responden dapat diperluas.
- 5.2.3. Variabel yang diteliti terbatas untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan lagi, menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Saran

Dengan melihat hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan tersebut maka saran yang ditujukan kepada Premium Car Wash diharapkan penelitian ini dijadikan sebagai bahan masukan ataupun sebagai pertimbangan untuk tetap mempertahankan bahkan harus terus meningkatkan kualitas pelayanannya, terbukti dari hasil uji diatas bahwa kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, jadi Premium Car Wash perlu untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan yang diberikan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas terhadap Premium Car Wash dan selanjutnya pelanggan akan loyal.