



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen pada Bengkel Prima Sejahtera Pekanbaru

Fadhlan Maulana¹, Meyzi Heriyanto²

¹²Universitas Riau

Alamat: Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia, Kampus Bina Widya

Jl. HR. Soebrantas KM 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru 28293

fadhlan.maulana2450@student.unri.ac.id meyzi.heriyanto@lecturer.unri.ac.id

Abstract. *The rapid development of the automotive sector in Indonesia, especially on cars, has encouraged the growth of vehicle maintenance and repair service businesses. One of the workshops that is present to answer this need is Bengkel Prima Sejahtera on Jl. Sejahtera, Pekanbaru. This workshop always strives to provide the best quality of service to its consumers. The purpose of this study is to determine the direct and indirect influence of service quality (X) on consumer loyalty (Y) through consumer satisfaction (Z) at Bengkel Prima Sejahtera Pekanbaru. The research method is a quantitative method. This study shows (1) service quality directly has a positive and significant effect on consumer loyalty (2) service quality directly has a positive and significant effect on consumer satisfaction (3) consumer satisfaction directly has a positive and significant effect on consumer loyalty (4) service quality indirectly on consumer loyalty through consumer satisfaction has a positive and significant effect. This shows that good service quality will satisfy consumers so that it can increase consumer loyalty.*

Keywords: *Service Quality; Consumer Loyalty; Consumer Satisfaction.*

Abstrak. Perkembangan pesat sektor otomotif di Indonesia, khususnya pada mobil, mendorong pertumbuhan usaha layanan perawatan dan perbaikan kendaraan. Salah satu bengkel yang hadir menjawab kebutuhan ini adalah Bengkel Prima Sejahtera di Jl. Sejahtera, Pekanbaru. Bengkel ini selalu berupaya memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada konsumennya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara langsung maupun tidak langsung kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y) melalui kepuasan konsumen (Z) pada Bengkel Prima Sejahtera Pekanbaru. Metode penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Penelitian ini menunjukkan (1) kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (2) kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (3) kepuasan konsumen secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (4) kualitas pelayanan secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan memuaskan konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata kunci: Kualitas pelayanan; Loyalitas Konsumen; Kepuasan Konsumen.

LATAR BELAKANG

Received May 30, 2025; Revised November 07, 2025; Accepted November, 2025

* Fadhlan Maulana, fadhlan.maulana2450@student.unri.ac.id

Perkembangan otomotif di Indonesia pada tahun ke tahun mengalami kemajuan yang pesat salah satunya mobil. Perusahaan-perusahaan mobil didunia selalu memproduksi mobil untuk dipasarkan. Respon positif dari konsumen Indonesia membeli mobil sebagai transportasi dalam berpergian atau aktivitas sehari-hari. Semakin banyaknya masyarakat Indonesia membeli mobil, menjadikan peluang-peluang usaha baru seperti penyediaan jasa perawatan dan perbaikan mobil berupa bengkel mobil.

Dengan semakin banyak pengguna mobil, menimbulkan permasalahan yang baru, yaitu kendaraan yang mulai adanya mengalami kerusakan dan membutuhkan perbaikan serta perawatan. Maka, inilah salah satu peluang bisnis bagi jasa bengkel mobil. Sehingga, seiring berjalannya waktu dengan banyaknya pebisnis yang membuka jasa dibidang bengkel mobil ini membuat persaingan dengan berbagai macam pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga memberikan banyak pilihan bagi konsumen dalam menggunakan jasa bengkel tersebut.

Salah satu bengkel mobil yang ada di Pekanbaru adalah Bengkel Prima Sejahtera terletak di Jl. Sejahtera, merupakan usaha bengkel pelayanan umum yang menerima jasa perawatan dan perbaikan mobil. Bengkel ini menawarkan beragam pelayanan seperti perawatan mobil, *spare parts* mobil, *overhaul*, *tune up*, ganti oli. Tujuan didirikannya usaha Bengkel Prima Sejahtera adalah untuk memberikan solusi yang cepat dan tepat bagi setiap masalah kendaraan dan perawatan mobil.

Pada tahun 2020 Bengkel Prima Sejahtera mencapai realisasi penjualan hingga 92%, hal ini dapat terjadi karena pada tahun 2020 belum banyak kompetitor yang mendirikan usaha disekitar Bengkel Prima Sejahtera. Kemudian, pada tahun 2021 realisasi penjualan Bengkel Prima Sejahtera sangat menurun drastis hingga 42% dikarenakan pada tahun 2021 adalah awal pandemi COVID-19 masuk ke Indonesia sehingga terjadi penurunan penjualan pada hampir seluruh usaha yang ada di Indonesia. Lalu, tahun 2022 Bengkel Prima Sejahtera kembali mengalami kenaikan persentase penjualan menjadi 63% karena pada saat itu masyarakat sudah mulai beradaptasi pada kebijakan gaya hidup *new normal*. Ditahun 2023 Bengkel Prima Sejahtera mendapatkan realisasi penjualan yang melebihi target penjualan yakni hingga 112%, hal tersebut dikarenakan pada tahun 2023 Bengkel Prima Sejahtera melakukan penambahan lahan,

sehingga dengan bertambahnya lahan ini memungkinkan bertambahnya jumlah mobil yang masuk. Ditahun selanjutnya, yakni 2024 Bengkel Prima Sejahtera kembali mengalami penurunan persentase penjualan menjadi 80% dikarenakan semakin banyaknya kompetitor yang mendirikan usaha serupa disekitar Bengkel Prima Sejahtera. Akibatnya, loyalitas konsumen menjadi lebih menurun dikarenakan konsumen memilih untuk menggunakan penyedia jasa lain disekitar yang memiliki lebih banyak fasilitas. Kondisi persaingan bisnis yang sangat kompetitif ini, penyedia bengkel mengalami kesulitan untuk mempertahankan konsumen, hal ini berdampak langsung pada penurunan realisasi konsumen yang berpengaruh pada tingkat penjualan.

Hal tersebut dapat menjadi permasalahan yang harus diatasi untuk mencapai target konsumen dan penjualan yang telah ditentukan. Pentingnya kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sebagai faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen ditengah persaingan yang semakin ketat pada usaha penyedia jasa bengkel mobil.

Berdasarkan uraian dan fenomena yang telah peneliti paparkan diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan ini menjadi sebuah penelitian, dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Prima Sejahtera Pekanbaru”**

KAJIAN TEORITIS

A. Perilaku Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2022) perilaku konsumen adalah berfokus pada bagaimana orang, kelompok, dan organisasi memilih, memperoleh, memanfaatkan, dan membuang produk, layanan, konsep, atau pengalaman untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kualitas Pelayanan

B. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2020) kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

C. Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2020) kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan, apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

D. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen adalah tingkat kesetiaan konsumen terhadap merek, produk, atau layanan tertentu adalah hasil dari komitmen yang membuat konsumen memilih terus membeli produk atau menggunakan layanan dari perusahaan tersebut (Kotler & Keller 2022).

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel yang diteliti dalam penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan (X), loyalitas konsumen (Y), dan kepuasan konsumen (Z).

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bengkel Prima Sejahtera tahun 2024 berjumlah 5.376 konsumen. Jumlah konsumen Bengkel Prima Sejahtera Pekanbaru pada tahun 2023 sejumlah 5.376 konsumen dan diperoleh jumlah sampel (n) pada penelitian ini yaitu 98,17 sehingga jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 98 sampel. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability*, dimana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan *Accidental Sampling* yang berarti penentuan sampel dilakukan secara kebetulan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah Metode Kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang telah dilakukan dengan cara memberikan beberapa macam pernyataan yang berhubungan dengan masalah penelitian.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen sebagai alat bantu dalam menggunakan metode pengumpulan data merupakan sarana yang dapat diwujudkan dalam benda, misalnya angket, perangkat tes, pedoman wawancara, pedoman observasi, skala, dan sebagainya. Instrumen pada

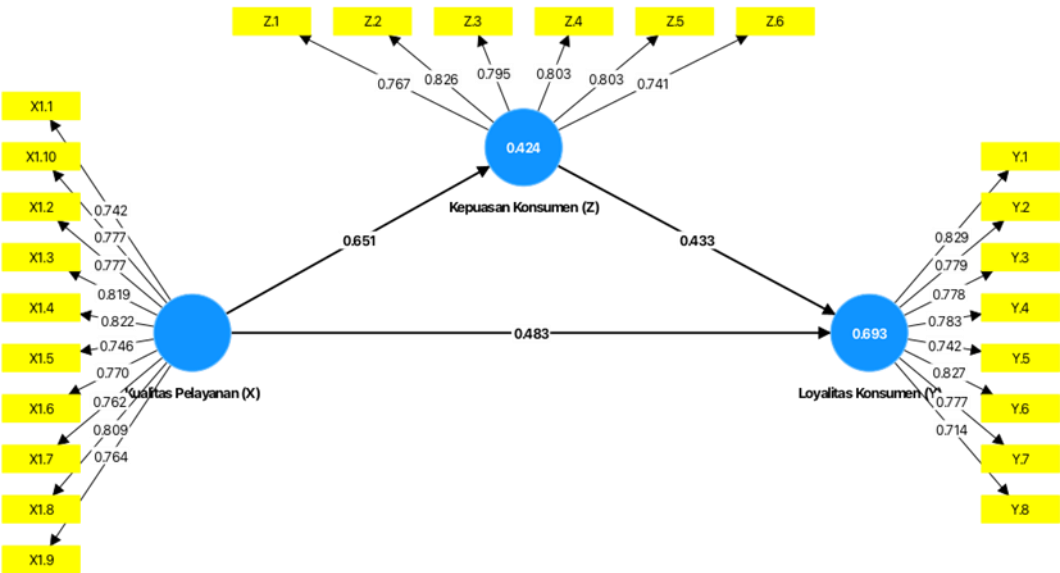
penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan langsung pada responden yaitu konsumen Bengkel Prina Sejahtera.

E. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk melakukan analisis terhadap kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen pada Bengkel Prima Sejahtera. Dan analisis kuantitatif menggunakan metode analisis data kuantitatif melalui *software* SmartPLS 3.0. Dalam penelitian analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) atau model persamaan struktural dengan menggunakan program PLS (*Partial Least Square*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas Konvergen



a) Uji Validitas Konvergen

Tabel Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Loading Factor	AVE	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,742	0,607	Valid
	X1.2	0,777		Valid
	X1.3	0,819		Valid
	X1.4	0,822		Valid

Variabel	Indikator	Loading Factor	AVE	Keterangan
	X1.5	0,746		Valid
	X1.6	0,770		Valid
	X1.7	0,762		Valid
	X1.8	0,809		Valid
	X1.9	0,764		Valid
	X1.10	0,777		Valid
Loyalitas Konsumen (Y)	Y.1	0,829	0,607	Valid
	Y.2	0,779		Valid
	Y.3	0,778		Valid
	Y.4	0,783		Valid
	Y.5	0,742		Valid
	Y.6	0,827		Valid
	Y.7	0,777		Valid
	Y.8	0,714		Valid
Kepuasan Konsumen (Z)	Z.1	0,767	0,623	Valid
	Z.2	0,826		Valid
	Z.3	0,795		Valid
	Z.4	0,803		Valid
	Z.5	0,803		Valid
	Z.6	0,741		Valid

Sumber: Data Olahan SmartPLS, 2025

Dari analisis yang tercantum pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa indikator untuk variabel X, Y, dan Z dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas konvergen, karena dari 24 indikator semua indikator memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0,7 dan nilai AVE yang melebihi 0,5.

b) Validitas Diskriminan

Tabel Hasil Nilai *Cross Loading*

Indikator	Kualitas Pelayanan (X1)	Loyalitas Konsumen (Y)	Kepuasan Konsumen (Z)
X1.1	0,742	0,603	0,439
X1.2	0,777	0,539	0,430
X1.3	0,819	0,582	0,543
X1.4	0,822	0,657	0,581
X1.5	0,746	0,520	0,484
X1.6	0,770	0,560	0,476
X1.7	0,762	0,530	0,418
X1.8	0,809	0,637	0,508
X1.9	0,764	0,656	0,573
X1.10	0,777	0,640	0,577
Y.1	0,650	0,829	0,671
Y.2	0,693	0,779	0,596
Y.3	0,618	0,778	0,576
Y.4	0,573	0,783	0,543
Y.5	0,578	0,742	0,568
Y.6	0,618	0,827	0,577
Y.7	0,476	0,777	0,523
Y.8	0,528	0,714	0,589
Z.1	0,446	0,617	0,767
Z.2	0,472	0,618	0,826
Z.3	0,485	0,587	0,795
Z.4	0,535	0,588	0,803
Z.5	0,567	0,585	0,803
Z.6	0,573	0,547	0,741

Sumber : Data Olahan SmartPLS, 2025

Berdasarkan tabel 5.22 pengujian pada tahap ini dapat dikatakan baik jika korelasi antar variabel dengan masing-masing indikator variabel laten lebih besar dari masing-masing indikator variabel laten disampingnya.

c) **Reliabilitas**

Tabel Hasil Nilai Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (rho_a)</i>	<i>Composite Reliability (rho_c)</i>	<i>Standar Reliable</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,928	0,931	0,939	0,7	<i>Reliable</i>
Kepuasan Konsumen	0,879	0,879	0,908	0,7	<i>Reliable</i>
Loyalitas Konsumen	0,907	0,910	0,925	0,7	<i>Reliable</i>

Sumber : Data Olahan SmartPLS, 2025

Dari data tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* melebihi 0,7. Hal ini menandakan bahwa konstruk dalam model estimasi memenuhi kriteria reliabilitas, sehingga model penelitian ini dapat dianggap dapat diandalkan atau *reliable*.

2. Inner Model

a) **Uji Koefisien Determinasi (R-Square)**

Tabel Hasil Nilai R-Square

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Loyalitas Konsumen (Y)	0,693	0,687
Kepuasan Konsumen (Z)	0,424	0,418

Sumber: Data Olahan SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan tabel yang tercantum diatas dapat disimpulkan bahwa nilai *R-square* loyalitas konsumen dengan nilai 0,693 menunjukkan kualitas pelayanan, berpengaruh sebesar 69,3% terhadap loyalitas konsumen dalam kategori kuat. Sedangkan, faktor tambahan dari luar cangkupan penelitian ini berdampak pada sisanya sebesar 30,7%.

b) **Uji Model Fit Indices**

Tabel Hasil Model Fit

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0,070	0,070

d_ULS	1,457	1,457
d_G	0,804	0,804
Chi-Square	404,241	404,241
NFI	0,770	0,770

Sumber: Data Olahan SmartPLS 4, 2025

Dari hasil perhitungan pada tabel tersebut diperoleh nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) sebesar 0,070 yang menandakan bahwa model ini mendekati kriteria model *good fit*. Kemudian untuk nilai *Normed Fit Index* (NFI) atau *Bentler and Bonett Index* diperoleh angka *Estimated Model* 0,770 yang dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini mendekati kriteria yang *good fit*.

c) Pengujian Hipotesis

Tabel Hasil Uji Hipotesis

Variabel	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P- Values</i>
Kualitas pelayanan-> Loyalitas Konsumen	0,483	0,484	0,111	4,370	0,000
Kualitas Pelayanan-> Kepuasan Konsumen	0,651	0,652	0,080	8,134	0,000
Kepuasan Konsumen-> Loyalitas Konsumen	0,433	0,431	0,107	4,033	0,000
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Konsumen ->Loyalitas Konsumen	0,282	0,281	0,081	3,502	0,000

Sumber : Data Olahan SmartPLS, 2025

Dari hasil pengujian pada tabel tersebut, kesimpulan masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen dengan nilai T- Statistik sebesar 4,370 lebih

- besar dari 1,66. Nilai *P-Value* 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan H1 diterima.
2. Variabel kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen dengan nilai T- Statistik sebesar 8,134 lebih besar dari 1,66. Nilai *P-Value* 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan H2 diterima.
 3. Variabel kepuasan konsumen secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen dengan nilai T-Statistik 4,033 lebih besar dari 1,66. Nilai *P-Value* 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan H3 diterima.
 4. Variabel kualitas pelayanan secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai T-Statistik 3,502 lebih besar dari 1,66. Nilai *P-Value* 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan H4 diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan. Penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen di Bengkel Prima Sejahtera Pekanbaru telah berjalan dengan baik. Pada variabel kualitas pelayanan, dimensi daya tanggap memiliki skor tertinggi, sedangkan bukti fisik terendah. Pada kepuasan konsumen, dimensi kesesuaian harapan tertinggi dan dimensi tetap setia terendah. Sementara itu, pada loyalitas konsumen, skor tertinggi terdapat pada dimensi memberikan referensi dan terendah pada penolakan terhadap pesaing. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan konsumen. Ini membuktikan bahwa pelayanan yang baik mampu memberikan kepuasan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas konsumen.

Saran. Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan saran pada Bengkel Prima Sejahtera Pekanbaru, yaitu pada dimensi bukti fisik pada variabel kualitas pelayanan di Bengkel Prima Sejahtera Pekanbaru menunjukkan skor terendah, sehingga disarankan bengkel terus meningkatkan kelengkapan fasilitas serta kenyamanan ruang tunggu guna membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen. Pada variabel kepuasan konsumen,

dimensi tetap setia juga memiliki skor terendah. Oleh karena itu, bengkel perlu menjaga dan meningkatkan mutu pelayanan secara konsisten agar tetap menjadi pilihan utama konsumen, misalnya melalui program loyalitas, pelayanan cepat, dan komunikasi yang lebih baik. Sementara itu, pada variabel loyalitas konsumen, dimensi penolakan terhadap produk atau jasa pesaing menempati posisi terendah. Untuk itu, Bengkel Prima Sejahtera disarankan memperkuat hubungan dengan konsumen melalui pelayanan yang ramah dan responsif, menjaga citra positif, serta meningkatkan komunikasi agar konsumen tidak mudah berpaling ke kompetitor. Seluruh upaya ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

Buku Teks

- Tjiptono, Fandy. (2020). Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing management (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.