JEAC : Journal of Economic Academic
Volume 1, Number 2, Tahun Terbit 2024
E-ISSN : XXXX
Open Access: https://academicajournal.org/index.php/jeac

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SAKA MOTOR DI KOTA TANGERANG SELATAN PERIODE 2021-2023

Vira April Zantika[1], Sunanto[2]
[1]Universitas Pamulang
[2]Universitas Pamulang
[1] Zantikaviraapril@gmail.com, [2] sunantoapt@gmail.com,

Kata kunci:
Kualitas Produk; Pelayanan; Kepuasan Pelanggan;

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian pada PT Saka Motor Di Kota Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah menggunakan metode Asosiatif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT Saka Motor Di Kota Tangerang Selatan dengan jumlah 1.563 orang dan dengan rumus slovin di dapatkan sampel sebanyak 94 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling, Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian meliputi uji instrumen terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan autokorelasi, uji Regresi linier berganda, koefisien korelasi, uji hipotesis yang terdiri dari uji t secara parsial dan uji f secara simultan, dan uji koefisien determinasi. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai T_hitung > T_tabel (11,968 > 1,987) dan diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Loyalitas pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai T_hitung > T_tabel (14,959 > 1,987) dan diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F_hitung > F_tabel (121,819 > 3,097) dan diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian memiliki persamaan regresi Y = 6,023 + 0,244 X1 + 0,622 X2. Hasil nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,728, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan loyalitas pelanggan (X2) secara bersama sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 72,8% sedangkan sisanya sebesar 27,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti.

Keywords :
Product Quality; Service; Customer Satisfaction;

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of service quality and customer loyalty on purchasing decisions at PT Saka Motor in South Tangerang City. The method used is using quantitative associative methods. The population in this study were consumers of PT Saka Motor in South Tangerang City with a total of 1,563 people and with the slovin formula obtained a sample of 94 respondents. The sampling technique used is accidental sampling, the data analysis techniques used in the study include instrument tests consisting of validity tests, reliability tests, classical assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity and autocorrelation tests, multiple linear regression tests, correlation coefficients, hypothesis testing consisting of partial t tests and simultaneous f tests, and determination coefficient tests. From the results of this study it can be concluded that service quality has a positive and significant influence on purchasing decisions with a value of T_hitung> T_tabel (11,968> 1,987) and reinforced with a significance value of 0.000 <0.05. Customer loyalty has a positive and significant influence on purchasing decisions with a value of T_hitung> T_tabel (14,959> 1,987) and reinforced with a significance value of 0.000 <0.05. Service quality and customer loyalty simultaneously have a positive and significant influence on purchasing decisions with a value of F_hitung> F_tabel (121.819> 3.097) and reinforced with a significance value of 0.000 <0.05. Service quality and customer loyalty on purchasing decisions have a regression equation Y = 6.023 + 0.244 X1 + 0.622 X2. The result of the R-square value (coefficient of determination) is 0.728, it can be concluded that the variables of service quality (X1) and customer loyalty (X2) together have a contribution to the influence on the purchasing decision variable (Y) of 72.8% while the remaining 27.2% is influenced by other factors or variables not examined.

JEAC : Journal of Economic Academic
Volume 1, Number 2, Tahun Terbit 2024
E-ISSN : XXXX
Open Access: https://academicajournal.org/index.php/jeac

©2024 Penulis. Diterbitkan oleh Rasional Filosofia Logika Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Dalam era teknologi yang berkembang pesat dan dengan meningkatnya pengetahuan serta selera konsumen, persaingan bisnis menjadi sangat ketat baik di pasar domestik maupun global. Di sektor otomotif, khususnya sepeda motor, persaingan semakin intens dengan banyaknya kemajuan dalam desain, teknologi mesin, dan kualitas produk. Yamaha, melalui *dealer* Saka Motor di Tangerang Selatan, menghadapi persaingan ini dengan menawarkan berbagai model sepeda motor dan fokus pada performa serta kualitas.

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan perlu memberikan pelayanan yang unggul, termasuk kualitas produk yang lebih baik, harga kompetitif, dan layanan pelanggan yang superior. Pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Kualitas pelayanan yang belum optimal pada *dealer* Yamaha di Tangerang Selatan menunjukkan pentingnya strategi peningkatan pelayanan.

Dalam melakukan keputusan pembelian, seorang konsumen dipengaruhi oleh harga, produk dan promosi karena hal tersebut melekat pada suatu produk sehingga, seringkali digunakan oleh konsumen sebagai dasar untuk memutuskan membeli atau tidak barang atau jasa yang ditawarkan. Keputusan pembelian adalah bagaimana konsumen memutuskan membeli atau menggunakan suatu barang/jasa dengan mengenali dan memproses sebelum menentukan keputusan pembelian. Setiap konsumen ataupun pelanggan harus mengenali kebutuhannya sesuai dengan apa yang mereka inginkan, lalu mencari informasi bagaimana tentang produk tersebut dan mempertimbangkan serta menetukan produk mana yang akan diputuskan untuk dibeli ataupun digunakan.

Tabel 1
Target Penjualan PT Saka Motor Di Kota Tangerang

No	Tahun	Target Penjualan (Unit)	Jumlah Penjualan (Unit)	Jumlah Pelanggan	Presentase	Status
1	2021	450	257	1.321	57%	Tidak tercapai
2	2022	550	293	1.432	84%	Tidak tercapai
3	2023	650	301	1.563	85%	Tidak tercapai
Total		**1.65**	**851**	**4.316**	**226%**	-

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2024

Berdasarkan tabel 1 menunjukan data dari tabel dari target penjualan dan realisasi penjualan pada PT Saka Motor Di Kota Tangerang Selatan dari tahun 2021 sampai 2023. Target penjualan tersebut menunjukkan setiap tahunnya mempunyai target yang berbeda akan tetapi untuk realisasi penjualan tidak pernah stabil dari target yang telah ditetepakan oleh perusahaan. Hal ini disebabkan adanya berbagai faktor yaitu keterlambatkan barang dan berubahnya selera konsumen.

Kualitas Pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut *(word of mouth)* yang menguntungkan perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut, berikut data keluhan pelanggan mengenai kualitas pelayanan PT Saka Motor di Tangerang Selatan.

Tabel 1
Keluhan Mengenai Kualitas Pelayanan PT Saka Motor Tagerang Selatan

No	Keluhan	Jumlah Keluhan
	Kehandalan *(Reliability)*	
1	Pelanggan mengalami keterlambatan dalam penyelesaian perawatan atau perbaikan motor	12

2	Pelanggan merasa ada ketidak-konsistenan dalam kualitas pelayanan yang diberikan di waktu yang berbeda.	6
	Daya Tanggap *(Responsiveness)*	
1	Pelanggan merasa bahwa staf seringkali lambat dalam menanggapi pertanyaan atau permintaan yang saya ajukan.	3
2	Pelanggan sering mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan tentang produk atau layanan yang ditawarkan	7
	Jaminan *(Assurance)*	
1	Pelanggan merasa bahwa ada kurangnya transparansi dalam menetapkan biaya perbaikan atau perawatan motor	4
2	Pelanggan merasa bahwa staf kurang aktif dalam memberikan informasi tentang pemeliharaan yang diperlukan untuk motor	8
	Empati *(Empathy)*	
1	Pelanggan merasa bahwa komunikasi yang diterima dari staf tidak selalu berempati	3
2	Pelanggan merasa bahwa staf kurang memperhatikan atau peduli terhadap kebutuhan pelanggan.	9
	Wujud *(Tangibles)*	
1	Pelanggan sering melihat peralatan dan fasilitas di bengkel atau showroom motor dalam kondisi yang buruk atau rusak.	11
2	Pelanggan mengharapkan bahwa perusahaan akan lebih memperhatikan rincian estetika dalam desain interior pada showroom motor.	16

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2023

Berdasarkan tabel 1.2 menjelaskan persaingan yang semakin ketat di industri otomotif, dengan jumlah keluhan terbesar ada di indikator wujud (*Tangibles*) pada keluhan mengenai "Pelanggan mengharapkan bahwa perusahaan akan lebih memperhatikan rincian estetika dalam desain interior pada showroom motor." dimana pada showroom PT Saka Motor Tangerang Selatan memiliki lantai yang kotor dan tidak terdapat tempat sampah yang memadai. Dengan hal tersebut terjadi pengalaman negatif pelanggan mencerminkan ketidakpuasan yang bisa dirasakan oleh pelanggan, yang berpotensi mengurangi loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan, dan membangun loyalitas pelanggan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang memuaskaan dapat berdampak negatif, mengurangi minat beli, dan bahkan menyebabkan pelanggan beralih ke kompetitor.

Loyalitas pelanggan adalah sikap yang mendorong perilaku konsisten dalam melakukan pembelian produk atau jasa secara teratur dan berulang. Loyalitas ini mencakup tidak hanya frekuensi pembelian ulang, tetapi juga komitmen dan sikap positif terhadap perusahaan. Pelanggan yang loyal menunjukkan konsistensi dalam memilih produk atau jasa dari perusahaan tersebut dan memiliki hubungan emosional yang kuat dengan merek.

Namun terdapat beberapa keluhan yang mengarah pada loyalitas pelanggan sebagai berikut:

Table 2
Keluhan Mengenai Loyalitas Pelanggan PT Saka Motor Tagerang Selatan

No	Keluhan	Jumlah Keluhan
	***Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk)**	
1	Pelanggan merasa bahwa tidak ada insentif atau program loyalty yang cukup menarik bagi pelanggan untuk kembali menggunakan layanan dari PT Saka Motor Tagerang Selatan	7
2	Pelanggan merasa bahwa tidak ada komunikasi atau tindak lanjut yang memadai dari pihak PT Saka Motor Tagerang Selatan setelah pelanggan menggunakan layanan.	4
	***Retention* (ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan)**	
1	Pelanggan melihat penurunan dalam standar kualitas pelayanan atau produk yang disediakan PT Saka Motor Tagerang Selatan	6

2	Pelanggan merasa bahwa PT Saka Motor Tagerang Selatan kurang peka terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan	9
	***Referalls* (mereferensikan secara total esistensi perusahaan).**	
1	Pelanggan merasa bahwa tidak ada dorongan yang cukup dari PT Saka Motor Tagerang Selatan untuk mendorong pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain.	10
2	Pelanggan merasa bahwa kurangnya kepercayaan terhadap kualitas layanan atau produk yang disediakan oleh PT Saka Motor Tagerang Selatan	5

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2023

Berdasarkan tabel 3 menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian selain itu PT Saka Motor Di Tangerang Selatan, salah satunya pada keluhan "Pelanggan merasa bahwa tidak ada dorongan yang cukup dari PT Saka Motor Tangerang Selatan untuk mendorong pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain", dimana antrian pelanggan pada PT Saka Motor Di Tangerang Selatan memiliki waktu yang lama dan pelayanannya lambat. Dengan hal tersebut membuat pelanggan tidak merekomendasikan kepada orang lain karena pelanggan tidak merasakan pelayanan yang baik. Hal tersebut PT Saka Motor Di Tangerang Selatan harus meningkatkan fokus pada kualitas produk, pelayanan yang memuaskan dan membangun hubungan baik dengan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian sebelumnya, Reni Anastasia, Noviantry Ruruk, Amir Jaya, Johannes Baptista Halik, Jerliyen Pramita Londong (2023) menemukan bahwa Loyalitas Pelanggan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Siti Zahroniya, Mohammad Yahya Arief, Yudha Raja (2022) menemukan bahwa Loyalitas Pelanggan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis termotivasi untuk melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Saka Motor Di Tangerang Selatan Periode 2021-2023."

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen

Mardalena (2017:7) manjemen adalah suatu proses dalam rangka mencapai tujuan dengan berkerja bersama melalui orang-orang dan sumber daya organisasi lainnya.

Manajemen Pemasaran

Kotler dan Keller (2017:6), manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik.

Kualitas Pelayanan

Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Loyalitas Pelanggan

Tjiptono (2014:393) mengemukakan bahwa: "Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Keputusan pembelian

Schiffman dan Kanuk (2016:182), keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen membeli pilihan yang berbeda dan memilih produk berdasarkan pertimbangan tertentu.

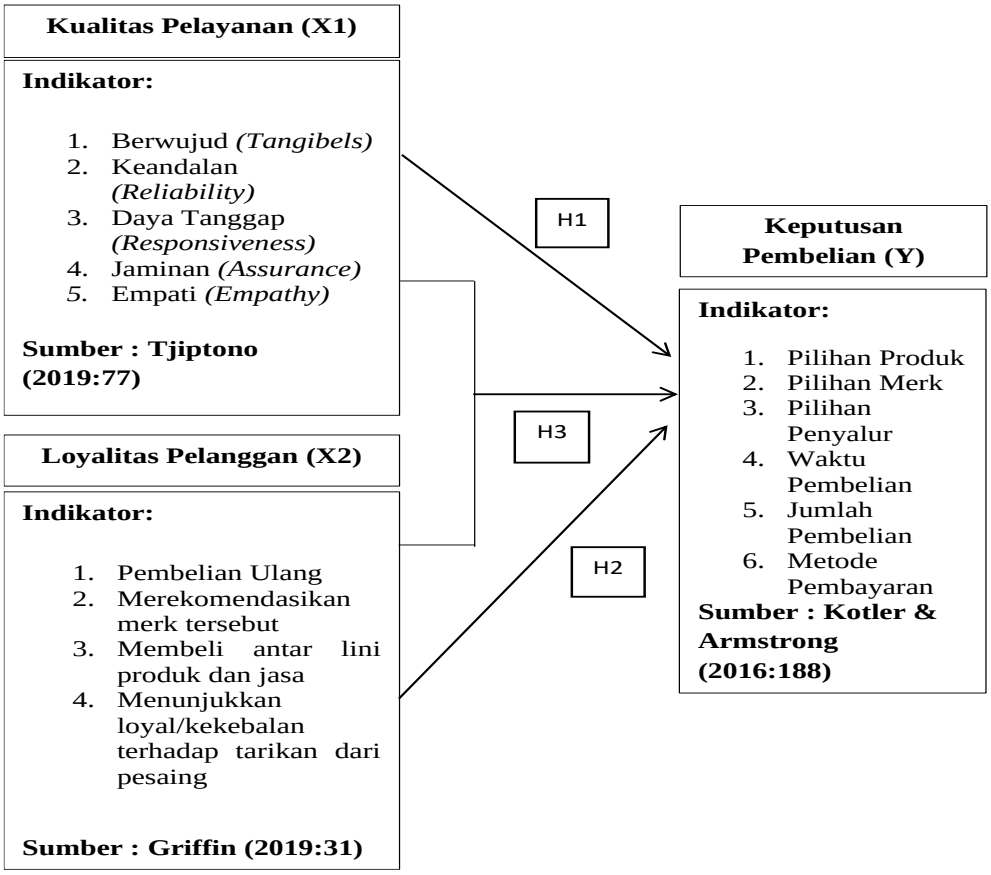
Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2019:99), adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

1. **Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian**
   Ho_1 : Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Saka Motor Di Tangerang Selatan.
   Ha_1 : Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Saka Motor Di Tangerang Selatan.

2. **Pengaruh loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian**
   Ho_2 : Diduga tidak terdapat pengaruh loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian pada PT Saka Di Tangerang Selatan.
   Ha_2 : Diduga terdapat pengaruh loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian pada PT Saka Motor Di Tangerang Selatan.
3. **Pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian**
   Ho_3 : Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada PT Saka Motor Di Tangerang Selatan.
   Ha_3 : Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada PT Saka Motor Di Tangerang Selatan.

Gambar 1
Kerangka Berfikir



Sumber : Data diolah peneliti, 2023

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Asosiatif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:8) penelitian kuantitatif adalah: "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantutatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Saka Motor Tangerang dengan menggunakan data primer. Lokasi Penelitian ini dilaksanakan di PT. Saka Motor 2 Jl. Pd. Betung Raya, Pd. Betung, Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Saka Motor Di Kota Tangerang Selatan Cabang Pondok Aren dalam kurun waktu satu tahun pada tahun 2023 sebanyak 1.563 pelanggan. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini

menggunakan rumus Slovin. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 94 Responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian meliputi uji instrumen terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan autokorelasi, uji Regresi linier berganda, koefisien korelasi, uji hipotesis yang terdiri dari uji t secara parsial dan uji f secara simultan, dan uji koefisien determinasiTeknik analisis data yang digunakan dalam penelitian meliputi uji instrumen terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan autokorelasi, uji Regresi linier berganda, koefisien korelasi, uji hipotesis yang terdiri dari uji t secara parsial dan uji f secara simultan, dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.023	2.152		2.798	.006
	Kualitas Pelayanan	.244	.096	.254	2.549	.012
	Loyalitas Pelanggan	.622	.098	.629	6.315	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : SPSS 24(2024)

Mengingat konsekuensi perhitungan ini, kondisi regresi langsung dapat diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 6{,}023 + 0{,}244\ X1 + 0{,}622\ X2 + \alpha$$

Dari persamaan di atas dapat ditafsirkan sebagai berikut:

1) Nilai tetap sebesar 6,023 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan tidak ada maka telah terdapat nilai Keputusan Pembelian sebesar 6,023 satuan.
2) Nilai 0,244 berarti dengan asumsi sisa bagian konsisten dan tidak ada penyesuaian pada Kualitas Pelayanan maka setiap perubahan 1 satuan pada akan menimbulkan penyesuaian Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian sebesar 6,023 satuan.
3) Nilai 0,622 artinya dengan asumsi bagian sisa stabil dan tidak ada penyesuaian pada Loyalitas Pelanggan maka setiap selisih 1 satuan pada l Loyalitas Pelanggan akan menimbulkan penyesuaian Keputusan Pembelian sebesar 0,622 satuan.

Uji Hipotesis

Tabel 5
Hasil Uji t (X1) Terhadap (Y)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.937	2.394		4.569	.000
	Kualitas Pelayanan	.751	.063	.780	11.968	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : SPSS 24(2024)

Tabel 4.25 diatas, Hasil uji hipotesis (Uji T) diperoleh bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (11,968 > 1,987) hal ini diperkuat dengan nilai sig (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H_O ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 6
Hasil Uji t Variabel (X2) Terhadap (Y)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.120	2.171		3.280	.001
	Loyalitas Pelanggan	.831	.056	.842	14.959	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: SPSS 24(2024)

Tabel 4.26 diatas, Hasil uji hipotesis (Uji T) diperoleh bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau (14,959 > 1,987) hal ini diperkuat dengan nilai Sig (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H_O ditolak dan H_2 diterima.

Uji F

Tabel 7
Uji Hipotensis (Uji F) Simultan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3243.147	2	1621.573	121.819	.000[b]
	Residual	1211.332	91	13.311		
	Total	4454.479	93			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Sumber: SPSS 24(2024)

Tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau (121,819 > 3,100), hal ini juga diperkuat dengan Sig (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H_O ditolak dan H_3 diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8
Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853[a]	.728	.722	3.648

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: SPSS 24(2024)

Tabel di atas, diperoleh nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,728, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan secara bersamasama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 72,8%, sedangkan sisanya 27,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada pelanggan PT Saka Motor Kota Tangrenag Selatan, dapat ditarik kesimpulan:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT Saka Motor Di Kota Tangerang Selatan. Hal ini dinyatakan berdasarkan hasil hipotesis uji t $T_{hitung} > T_{tabel}$ (11.968 > 1,987) dan nilai sig (0,000 < 0,05).

Dengan skor tertinggi pada X1.1 dengan pernyataan "PT Saka Motor memiliki fasilitas yang memadai bagi pelanggan" dengan nilai 3,98 dengan rentang skor 3,40-4,19 dengan kriteria baik.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT Saka Motor Di Kota Tangerang selatan. Hal ini dinyatakan berdasarkan hasil hipotesis uji t $T_{hitung} > T_{tabel}$ (14,959 > 1,987) dan nilai Sig. (0,000 < 0,05).

Dengan skor tertinggi pada X2.7 dengan pernyataan "Pelayanan yang ditawarkan membuat saya tetap memilih produk yang ditawarkan oleh PT Saka Motor meskipun pesaing memiliki penawaran yang lebih baik" dengan nilai 4,02 dengan rentang skor 3,40-4,19 dengan kriteria baik.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT Saka Motor Di Kota Tangerang Selatan. Hal ini dinyatakan berdasarkan hasil hipotesis uji f F_{hitung}>F_{tabel} (121,819 > 3,090), dan nil sig (0,000 < 0,05). Dengan persamaan regresi Y = 6,023 + 0,244 X1 + 0,622 X2 + α Uji Koefisien Determinasi diperoleh nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,728, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan secara bersama-sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 72,8%, sedangkan sisanya 27,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti. Dengan skor tertinggi pada Y.9 dengan pernyataan "PT Saka Motor memiliki beragam pilihan jumlah pembelian yang sesuai dengan berbagai kebutuhan pelanggan" dengan nilai 3,99 dengan rentang skor 3,40-4,19 dengan kriteria baik.

DAFTAR PUSTAKA

Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Alfabeta.

Abubakar, Rusydi. 2017. *Manajemen Pemasaran. Sayed Mahdi*, ALFABETA: Bandung.

Anang Firmansyah, dan Budi W. 2018 Mahardika, *Pengantar Manajemen, Yogyakarta:* DEEPUBLISH.

Anang Firmansyah. 2018. *Pengantar Manajemen. Edisi ke-1*. Yogyakarta: Deepublish.

Anoraga, Panji.2016.*Psikologi Kerja*.Jakarta.PT Rineka Cipta.

Aria, M., & Atik, I., L. (2018). *Tata Kelola dan Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi PT. BAM. Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan.*

Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi.* Jakarta: Rajawali.

Donni Priansa. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima.* Bandung: Alfabeta.

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction, Edisi 4,* ANDI, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Andi Offset, Yogyakarta

Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan).* Deepublish.

George Terry. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen.* Jakarta. Bina Aksara

Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi.* Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.* Surabaya: Unitomo Press.

Kasmir. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik).* Depok: PT Rajagrafindo Persada

Kasmir. 2017. Customer Service Excellent: *Teori dan Praktik. PT Raja Grafindo Persada*: Jakarta.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016*). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2.* Jakarta: PT Indeks.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.

Sarwono, Jonathan. (2014). *Metode Riset Online: Teori, Praktik, dan Pembuatan Aplikasi*. Jakata: Elex Media Komputindo

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alphabet.

Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kualitatig, dan R&D, penerbit Alfabeta,Bandung

Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. Jurnal Pemasaran Kompetitif. 1(2): 123-134.

Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitaspelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis*, *16*(2).

Asti, E Menurut Sugiyono, (2017:81)., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, *1*(01), 1-14.

Gunawan, Didik. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.

Herce, M., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, *4*(4), 6268-6276.

Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, *4*(1), 175-182.

Lesmana, R., & Ratnasari, D. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, *2*(2).

Pandesia, A. E., Saerang, I. S., & Sumarauw, J. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *5*(2).

Pandesia, A. E., Saerang, I. S., & Sumarauw, J. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *5*(2).

Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisataan*, *11*(2).

Sukmawati, R. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen garden cafe koperasi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, *7*(2), 130-142.