

---

**PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada AHASS 844 Sidomakmur  
Blitar)**

**Moh. Roby Luthfianta**

**STIE Kesuma Negara Blitar**

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik produk baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kepuasan dan terhadap loyalitas pelanggan pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 562 responden dan pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Taro Yamane yaitu sebesar 85 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Analisis Jalur Hasil penelitian pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar menunjukkan bahwa karakteristik produk berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung dan dari Hasil Penelitian model 1 pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar terbukti bahwa Karakteristik Produk berpengaruh tidak langsung terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan yaitu Kontribusi Intangibility (X1), Inseparability (X2), Variability (X3), Perishability (X4) dan Kontribusi Kepuasan (Y) secara simultan yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar  $R^2_{square} = 0,710 = 71\%$ . Sisanya sebesar  $0,290 = 29\%$  dipengaruhi faktor-faktor lain Karena koefisien path bertanda positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi karakteristik produk dan kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dan Hasil Penelitian model 2 membuktikan bahwa Karakteristik Produk berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan yang datang ke Ahass 844 Sido Makmur Blitar yaitu Kontribusi Intangibility (X1), Inseparability (X2), Variability (X3), Perishability (X4) secara simultan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar  $R^2_{square} = 0,298 = 29,8\%$ . Sisanya sebesar  $0,702 = 70,2\%$  dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian seperti ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan, pengalaman dengan perusahaan dan merek yang perlu dikaji oleh perusahaan agar perusahaan dapat menjadi lebih baik lagi.

**Kata Kunci:** Karakteristik Produk, Kepuasan, Loyalitas

## **PENDAHULUAN**

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Dewasa ini perusahaan menghadapi persaingan yang sangat ketat dikarenakan banyaknya usaha yang bergerak di bidang yang sama. Era globalisasi membuat kesempatan untuk mencapai kesuksesan terbuka seluas luasnya bagi setiap pihak yang siap berkompetisi dalam mempertahankan eksistensinya.

Keberhasilan perusahaan jasa untuk mendapatkan loyalitas pelanggan bergantung kepada beberapa komponen yang saling berkaitan dan mendukung satu sama lain komponen tersebut adalah karakteristik produk dan kepuasan pelanggan, dalam menilai perusahaan umumnya pelanggan menggunakan beberapa atribut atau faktor-faktor seperti *intangibility*, *inseparability*, *variability*

*dan perishability* untuk mengukur dan menilai seberapa besar perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan jasa terkait dengan kepuasan pelanggannya yang bertujuan pada loyalitas pelanggan.

Berkaitan dengan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Pengaruh Karakteristik Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar)".

### **Rumusan Masalah**

1. Apakah karakteristik produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan yang datang ke AHASS 844 Sido Makmur Blitar?
2. Apakah karakteristik produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan yang datang ke AHASS 844 Sido Makmur Blitar?

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik produk terhadap kepuasan pelanggan yang datang ke AHASS 844 Sido Makmur Blitar.
2. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung karakteristik produk terhadap loyalitas, melalui kepuasan pelanggan yang datang ke AHASS 844 Sido Makmur Blitar.

### **Kegunaan Penelitian**

1. Bagi penulis, dengan penelitian ini diharapkan penulis dapat lebih mendalami permasalahan secara teori dan aplikasinya dalam dunia usaha yang sesungguhnya
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini nantinya dapat menjadi bahan evaluasi perusahaan untuk meningkatkan layanan jasa sehingga nantinya dapat menjadi pertimbangan dalam menarik pelanggan dan mendapatkan reward berupa loyalitas dari pelanggan.
3. Bagi perguruan tinggi, sebagai bahan masukan perguruan tinggi dalam memberikan contoh aplikasi teori pemasaran khususnya mengenai kepuasan dan loyalitas pelanggan.

## **LANDASAN TEORI**

### **Hasil Penelitian Terdahulu**

1. Ramadana Galih Alaras (2009) melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Karakteristik Produk, Diferensiasi, Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Nilai Jual Kembali Terhadap Kepuasan Konsumen"

Hasil yang di dapat adalah:

- a. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diketahui bahwa karakteristik produk mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Yamaha Jupiter Mx 135 di Salatiga. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t$  hitung  $2,257 > t$  tabel  $1,653$  pada selang kepercayaan 5% sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa karakteristik produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Yamaha Jupiter Mx 135 di Salatiga dapat diterima. Adanya pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik karakteristik produk maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen Yamaha Jupiter Mx 135.

- b. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diketahui bahwa diferensiasi produk mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Yamaha Jupiter Mx 135 di Salatiga. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t$  hitung  $2,115 > t$  tabel  $1,653$  pada selang kepercayaan  $\alpha$  5% sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Yamaha Jupiter Mx 135 di Salatiga dapat diterima. Adanya pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik diferensiasi produk maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen Yamaha Jupiter Mx 135.
2. Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja (2011) melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Domestik Garuda Indonesia Di Denpasar"
- Hasil yang di dapat adalah:
- a. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kewajaran harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis data memperoleh nilai korelasi sebesar  $0,345$  dengan probabilitas sebesar  $0,292$  yang lebih dari  $0,05$ . Ini artinya kewajaran harga yang diukur melalui harga yang sesuai dengan kualitas layanan, referensi tingkat, penerimaan harga yang ditetapkan dan kewajaran harga yang ditetapkan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Hasil analisis data menunjukkan bahwa citra perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hubungan antara citra perusahaan dengan kepuasan adalah sebesar  $0,608$  sedangkan probabilitas sebesar  $0,040$  yang kurang dari  $0,05$  yang artinya citra perusahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar  $0,608$ .
3. Rudi Hermawan (2013) melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Indomart Sutojayan"
- Hasil yang di dapat adalah
- a. Variabel Z (Loyalitas Pelanggan) dipengaruhi oleh Variabel X (Kualitas Layanan). Variabel X (Kualitas Layanan) berpengaruh signifikan terhadap Variabel Z (Loyalitas Pelanggan). Karena koefisien Path bertanda Positif mengindikasikan semakin tinggi Kualitas Layanan mengakibatkan semakin tinggi pula Loyalitas Pelanggan.
- b. Variabel Z (loyalitas pelanggan) dipengaruhi oleh Variabel X(kualitas layanan) dan Variabel Y (Kepuasan pelanggan). Variabel X (kualitas layanan) berpengaruh signifikan terhadap Variabel Z (loyalitas pelanggan). Karena Koefisien Path bertanda Positif mengindikasikan semakin tinggi Kualitas Layanan maka semakin tinggi pula Loyalitas Pelanggan. Variabel Y (kepuasan pelanggan) berpengaruh signifikan terhadap Variabel Z (loyalitas pelanggan). Karena Koefisien Path bertanda Positif mengindikasikan semakin tinggi Kepuasan Pelanggan mengakibatkan semakin tinggi Loyalitas Pelanggan.

### Karakteristik Produk

Menurut Tjiptono (2008:136) mengatakan bahwa ada empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakan dengan barang. Keempat karakteristik

tersebut meliputi:

1. *Intangibility*
2. *Inseparability*
3. *Variability*
4. *Perishability*

### **Pengertian Kepuasan**

Menurut Lupiyoadi (2013:22) Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang di harapkan

### **Pengertian Loyalitas**

Menurut Usmara (2008:122) Loyalitas adalah komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan kembali suatu produk atau jasa yang dipilih di masa yang akan mendatang, dengan cara membeli merek yang sama secara berulang, meskipun pengaruh situasional dan usaha-usaha pemasaran secara potensial menyebabkan tingkah laku untuk berpindah

## **METODE PENELITIAN**

### **Definisi Oprasional Variabel**

#### 1. Karakteristik Produk (X1)

##### a. *Intangibility* (X1.1)

*Intangibility* artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, di dengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi sehingga untuk mengurangi ketidakpastian para pelanggan memperhatikan tanda-tanda atau bukti kualitas dari mutu suatu jasa dengan menyimpulkan kualitas jasa dari tempat (*place*), orang (*people*), peralatan (*equipment*), bahan-bahan komunikasi (*communication materials*), simbol dan harga yang mereka amati.

##### b. *Inseparability* (X1.2)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu berupa orang atau mesin. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

##### c. *Variability* (X1.3)

Jasa bersifat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

##### d. *Perishability* (X1.4)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Pemanfaatan secara penuh kapasitas dari suatu jasa merupakan suatu tantangan bagi manajemen jasa karena permintaan jasa sangat bervariasi, sementara membentuk persediaan jasa untuk mengatasi fluktuasi ini bukan merupakan suatu pilihan.

#### 2. Kepuasan (Y)

Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan, dibandingkan dengan yang diharakan

#### 3. Loyalitas (Z)

Loyalitas merupakan kecenderungan konsumen dalam bentuk memberikan pilihannya pada pemberi produk tertentu

## Populasi Penelitian dan Sampel

### 1. Populasi

Konsumen AHAS 844 Sido Makmur Kota Blitar yang berjumlah 562 Konsumen. (Data AHAS 844 Sido Makmur Kota Blitar bulan Agustus 2014).

### 2. Sampel

Konsumen yang sudah pernah melakukan service di AHAS 844 Sido Makmur Kota Blitar minimal 3 kali. Besarnya penentuan jumlah sampel yang dibutuhkan dapat diketahui dengan menggunakan rumus dari Taro Yamane:

Rumus Taro Yamane

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{562}{562 \times 10\%^2 + 1}$$

$$n = \frac{562}{6,62}$$

$$n = 85 \text{ Responden}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel = ?

N= Jumlah populasi = 562

d<sup>2</sup> = Presisi yang ditetapkan = 10%

## Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dimana penelitian yang dilakukan merupakan suatu usaha untuk menjelaskan suatu fenomena yang terjadi (Sugiyono, 2012:63).

## Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti antara lain:

1. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.
2. Observasi partisipatif (*participant observation*) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara peneliti terlibat dengan kegiatan obyek yang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.
3. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.
4. Triangulasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.

## Teknik Analisa Data

### 1. Uji Validitas

Menurut Sarjono (2011:35) Validitas adalah bukti bahwa instrument, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar benar mengukur konsep yang dimaksudkan. uji validitas bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu item pernyataan.

### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sarjono (2011:35) Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban seseorang terhadap item-item pernyataan dalam kuesioner,

3. Uji Normalitas  
Menurut Sarjono (2011:53) Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu Distribusi data.
4. Uji Multikolinearitas  
Menurut Sarjono (2011:70) Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multi korelasi (gejala Multikolinearitas) atau tidak.
5. Uji Heterokedastisitas  
Menurut Sarjono (2011:66) Heterokedastisitas menunjukkan varian variabel tidak sama untuk semua pengamatan/observasi. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya Heterokedastisitas, yaitu dengan melihat *Scater Plott* serta melalui/ menggunakan Uji *Gletjer*, Uji *Park* dan Uji *White*.
6. Analisis Jalur (*Path Analysis*)  
Menurut Sandjojo (2011:11) Analisis Jalur merupakan suatu metode penelitian yang utamanya digunakan untuk menguji kekuatan dari hubungan langsung dan tidak langsung diantara berbagai variabel.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Obyek Penelitian

Sebelum dibuka di Jln. Lawu AHASS 844 Blitar dulunya adalah sebuah bengkel sepeda motor yang berada di Jln. TGP, selama 10 tahun pemilik Bengkel Bapak. The Boen An terus berkembang dalam memajukan usahanya dan pada akhirnya berkat usaha keras dan gigih untuk memperjuangkan usahanya pada tahun 2003 dengan di bantu oleh bapak Pirngadi Basuki selaku Pemilik Sido Makmur Blitar, Bapak The Boen An dan Bapak Pirngadi Basuki melakukan kerjasama untuk mendirikan bengkel resmi Honda dan tidak dapat dipungkiri bahwa kerjasama diantara keduanya saling menguntungkan. Dari sisi Dealer Sido Makmur Blitar kerjasama ini sebagai bentuk pelayanan purna jual kepada konsumen pengguna sepeda motor Honda dan di sisi bengkel milik Bapak The Boen An ini adalah sebagai langkah penting dalam mengembangkan usahanya.

Berbeda dari bengkel AHASS lainnya yang pada umumnya satu atap dengan main Dealer Honda, bengkel AHASS 844 Sido Makmur Blitar yang di kepalai oleh bapak The Boen An yang juga sebagai kepala mekanik ini letaknya terpisah dari Dealer Sido Makmur Blitar yang terletak di Jln. Merdeka, sedangkan bengkel AHASS 844 terletak di Jln. Lawu yang ada di sebelah utara dari main Dealer Sido Makmur Blitar.

### Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil data dari kuesioner yang telah disebar kepada responden berdasarkan jenjang pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

Tabel 1.  
Pelanggan Berdasarkan Jenjang Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMP	3	3
2	SMA	63	75
3	Diploma	2	2
4	Sarjana	12	15

5	Pasca Sarjana	3	3
6	Lainnya	2	2
Total		85	100

(Sumber Data Diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 85 responden mempunyai beragam latar pendidikan yaitu SMP 3 Orang (3%), SMA 63 Orang (75%), Diploma 2 Orang (2%), Sarjana 12 Orang (15%), Pasca Sarjana (15%), Lainnya 2 orang (2%). Ini membuktikan bahwa Sepeda motor Honda dapat diterima oleh semua kalangan dengan berbagai latar belakang pendidikan.

Hasil data dari kuesioner yang telah disebar kepada responden berdasarkan kunjungan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.  
Kunjungan Pelanggan AHASS 844 Sido Makmur Blitar

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	1 Kali (X)	11	13
2	2 Kali (X)	14	16
3	3 Kali (X)	24	29
4	Lebih Dari 3 Kali (X)	36	42
Total		85	100

(Sumber Data Diolah)

Dilihat dari tabel diatas menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh AHASS 844 Sido Makmur Blitar meliputi sarana, kualitas layanan dan kualitas informasi.

Hasil data dari kuesioner yang telah disebar kepada responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.  
Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar	8	9
2	Mahasiswa	21	25
3	PNS	24	28
4	Swasta	32	38
Total		85	100

(Sumber Data Diolah)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden berdasarkan Pekerjaan: Pelajar 8 orang, Mahasiswa 21 orang, PNS 24 Orang, Swasta 32 Orang. Hal ini menunjukkan bahwa AHASS 844 Sido Makmur Blitar merupakan tempat servis yang terbuka bagi siapapun.

1. *Intangibility*

Tabel 4.  
Karakteristik Produk (*Intangibility*)

Indikator Variabel X1.1	Skor Tingkat Persetujuan					Mean	Mean variabel
	STS	TS	N	S	SS		
	1	2	3	4	5		
Fasilitas lengkap	0	2	31	40	12	3,73	
Ruang tunggu yang tersedia sudah nyaman	4	18	34	21	8	3,13	
Peralatan lengkap	0	2	26	45	12	3,79	3,69
Karyawan sudah bersikap komunikatif dengan baik	0	4	20	43	18	3,88	
Harga sudah sesuai	0	3	28	27	27	3,92	

(Sumber Data Diolah)

Dari hasil pengolahan kuesioner pada tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa tingkat Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan berdasarkan Variabel Karakteristik Produk (*Intangibility*), Responden memberikan penilaian rata-rata sebesar 3,69 dari nilai 4 yang berarti responden setuju terhadap pelayanan jasa pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar.

2. *Inseparability*

Tabel 5.  
Karakteristik Produk (*Inseparability*)

Indikator Variabel X1.2	Skor Tingkat Persetujuan					Mean	Mean variabel
	STS	TS	N	S	SS		
	1	2	3	4	5		
Mendapatkan pelayanan administrasi dengan baik	0	2	31	32	20	3,82	
Teknologi dan peralatan mutakhir	0	3	17	32	33	4,12	3,86
Pemberian informasi seputar kendaraan oleh karyawan	0	3	34	39	9	3,64	

(Sumber Data Diolah)

Dari hasil pengolahan kuesioner dapat diketahui bahwa tingkat Loyalitas pelanggan berdasarkan Variabel Karakteristik Produk (*Inseparability*), Responden memberikan penilaian rata-rata sebesar 3,86 terhadap pelayanan jasa pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar.



3. *Variability*

Tabel 6.  
Karakteristik Produk pada Jasa (*Variability*)

Indikator Variabel X1.3	Skor Tingkat Persetujuan					Mean	Mean variabel
	STS	TS	N	S	SS		
	1	2	3	4	5		
Pelayanan sudah baik	0	0	32	45	8	3,72	
Pemberian informasi seputar suku cadang oleh karyawan	0	0	15	41	29	4,16	3,97
Kualitas memenuhi harapan	0	0	19	45	21	4,02	

(Sumber Data Diolah)

Dari hasil pengolahan kuesioner pada tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa tingkat Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan berdasarkan Variabel Karakteristik Produk (*Variability*), Responden memberikan penilaian rata-rata sebesar 3,97 dari nilai 4 yang berarti responden setuju terhadap pelayanan jasa pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar

4. *Perishability*

Tabel 7.  
Karakteristik Produk pada Jasa (*Perishability*)

Indikator Variabel X1.4	Skor Tingkat Persetujuan					Mean	Mean variabel
	STS	TS	N	S	SS		
	1	2	3	4	5		
Sarana dan prasarana lengkap	0	0	28	38	19	3,89	
Kepedulian karyawan terhadap masalah pelanggan	0	0	37	30	18	3,78	3,79
Pelayanan dapat memenuhi harapan	0	0	38	34	13	3,71	

(Sumber Data Diolah)

Dari hasil pengolahan kuesioner pada tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa tingkat Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan berdasarkan Variabel Karakteristik Produk (*Perishability*), Responden memberikan penilaian rata-rata sebesar 3,79 dari nilai 4 yang berarti Responden setuju terhadap pelayanan jasa/karakteristik produk pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar.

5. Kepuasan

Tabel 7.  
Kepuasan

Indikator Variabel Y	Skor Tingkat Persetujuan					Mean	Mean variabel
	STS	TS	N	S	SS		
	1	2	3	4	5		
Puas terhadap pelayanan dan dapat memenuhi harapan	0	0	15	42	28	4,15	
Puas dengan sarana	2	4	19	31	29	3,95	
Puas terhadap pelayanan administrasi	0	1	16	33	35	4,20	
Puas dengan informasi yang diberikan karyawan	0	4	16	32	33	4,11	4,07
Puas Memilih AHASS 844 Sido Makmur Blitar sebagai tempat perawatan kendaraan anda	1	1	27	32	24	3,91	

(Sumber Data Diolah)

Dari hasil pengolahan kuesioner Responden memberikan penilaian rata-rata sebesar 4,07 dari nilai 4 yang berarti responden puas terhadap pelayanan jasa pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar.

6. Loyalitas

Tabel 8.  
Loyalitas

Indikator Variabel Z	Skor Tingkat Persetujuan					Mean	Mean variabel
	STS	TS	N	S	SS		
	1	2	3	4	5		
Merekomendasikan kepada orang lain	1	1	11	37	35	4,22	
Mengatakan hal hal positif kepada orang lain	0	2	11	33	39	4,28	
Terus mempercayakan kendaraan untuk di servis	0	3	11	36	35	4,21	4,24
Setia menjadi pelanggan	0	0	16	33	36	4,24	

(Sumber Data Diolah)

Dari hasil pengolahan kuesioner pada tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa tingkat Loyalitas Pelanggan pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar, Responden memberikan penilaian rata-rata sebesar 4,24 dari nilai 4 yang berarti Responden Loyal kepada AHASS 844 Sido Makmur Blitar.

#### 7. Uji Validitas

Tabel 9.  
Hasil Keseluruhan Uji Validitas

Variabel	Indikator	Item	Corected item - total corelation	Tabel R Product moment	Keterangan
Karakteristik Produk (X)	Intangibility (X1)	1	0,671	0,220	Valid
		2	0,437	0,220	Valid
		3	0,536	0,220	Valid
		4	0,651	0,220	Valid
		5	0,530	0,220	Valid
	Inseparability (X2)	1	0,396	0,220	Valid
		2	0,479	0,220	Valid
		3	0,496	0,220	Valid
	Variability (X3)	1	0,592	0,220	Valid
		2	0,520	0,220	Valid
		3	0,497	0,220	Valid
	Perishability (X4)	1	0,439	0,220	Valid
2		0,564	0,220	Valid	
3		0,483	0,220	Valid	
Kepuasan		1	0,672	0,220	Valid
		2	0,668	0,220	Valid
		3	0,632	0,220	Valid
		4	0,586	0,220	Valid
		5	0,566	0,220	Valid
Loyalitas		1	0,718	0,220	Valid
		2	0,655	0,220	Valid
		3	0,637	0,220	Valid
		4	0,567	0,220	Valid

(Sumber Data Diolah)

Dari hasil pengolahan Uji Validitas dapat di lihat pada tabel 4.10 yang menyatakan bahwa smua item pertanyaan untuk semua variabel valid dikarenakan nilai Corected item - total corelation lebih besar dari tabel R product moment.

#### 8. Uji Reliabilitas

Tabel 10.  
Uji Keseluruhan X,Y,Z

Variabel	Alpha Cronbach	Alpha cronbach standart	Keterangan
X1.1	0,752	0,6	Reliabel
X1.2	0,602	0,6	Reliabel

X1.3	0,677	0,6	Reliabel
X1.4	0,607	0,6	Reliabel
X	0,862	0,6	Reliabel
Y	0,824	0,6	Reliabel
Z	0,821	0,6	Reliabel

(Sumber Data Diolah)

Dari hasil pengolahan Uji Reliabilitas dapat di lihat pada tabel 4.11 yang menyatakan bahwa semua variabel mempunyai nilai koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6 sehingga instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel.

#### 9. Uji Normalitas

Tabel 11.  
Keputusan Uji Normalitas Data

Nama variabel	Nilai		Keputusan
	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Taraf signifikansi	
Karakteristik produk	0,354	0,05	Normal
Kepuasan	0,105	0,05	Normal
Loyalitas	0,108	0,05	Normal

(Sumber: Data Primer Diolah)

Dari hasil pengolahan Uji Reliabilitas dapat di lihat bahwa variabel Karakteristik Produk 0,354 Kepuasan 0,105 dan Loyalitas 0,108 mempunyai nilai Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari Taraf signifikansi 0,05 sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal

#### 10. Uji Multikolinearitas

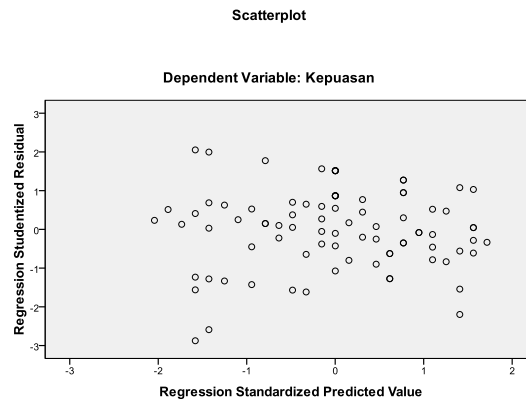
Tabel 12.  
Uji Multi Kolinearitas

Persamaan	Variabel bebas	VIF	Keterangan
1	X	1,000	Non Multikolinearitas
2	X	1,346	Non Multikolinearitas
	Y	1,346	Non Multikolinearitas

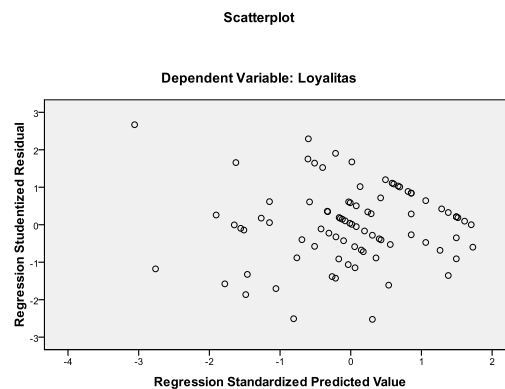
(Sumber: Data Primer Diolah)

Dari hasil Uji Multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel yang diuji menunjukkan nilai VIF 1,000 pada persamaan 1 dan 1,346 pada persamaan 2 yang menunjukkan tidak adanya gejala Multikolinearitas.

## 11. Uji Heterokedastisitas



Gambar 1



Gambar 2

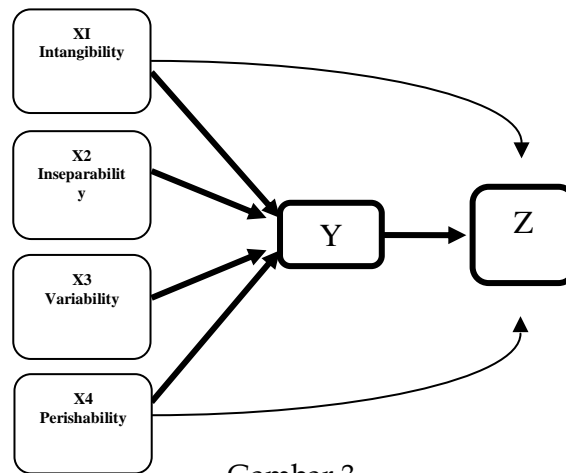
Dari hasil *scatterplot* tersebut terlihat titik-titik menyebar secara acak, baik di bagian atas angka 0 atau dibagian bawah angka 0 dari sumbu vertikal atau sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi ini.

## 12. Analisis Jalur (*Path*)

Analisis jalur digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat (bukan bentuk hubungan interaktif/*Reciprocal*). Dengan demikian dalam model hubungan antar variabel tersebut terdapat variabel independen yang dalam hal ini disebut variabel eksogen (*exogenous*). Dan variabel dependen yang disebut variabel endogen (*endogenous*).

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis analisis jalur adalah sebagai berikut:

a. Merancang model berdasarkan konsep dari teori



Gambar 3.  
Model Analisis Jalur

b. Pengaruh Karakteristik produk (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Loyalitas Pelanggan (Z)

Tabel 13.  
Hasil Uji Analisis Jalur Model 1  
Pengaruh Karakteristik Produk (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Loyalitas Pelanggan (Z)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.151	.467		2.465	.016
	Intangibility	.137	.138	.128	.991	.325
	Inseparability	.017	.110	.016	.158	.875
	Variability	.054	.137	.045	.391	.697
	Perishability	-.037	.122	-.033	-.304	.762
	Kepuasan	.601	.092	.616	6.510	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.710 <sup>a</sup>	.504	.473	.46018	.504	16.064	5	79	.000

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Perishability, Variability, Inseparability, Intangibility

b. Dependent Variable: Loyalitas  
(Sumber: Data Primer Diolah)

## c. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari tabel:

Tabel 14.  
ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.009	5	3.402	16.064	.000 <sup>a</sup>
	Residual	16.729	79	.212		
	Total	33.738	84			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Perishability, Variability, Inseparability, Intangibility

b. Dependent Variable: Loyalitas

(Sumber: Data Primer Diolah)

Dari hasil tabel diatas hasil uji signifikansi pada tabel ANOVA menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,000 dengan demikian Ha1 diterima dan Ho1 ditolak. Artinya koefisien regresi adalah signifikan. Kesimpulannya menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.

Hal ini berdasarkan kepada:

Hipotesis

Ha1: Diduga karakteristik produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang datang ke AHASS 844 Sido Makmur Blitar.

Ho1: Diduga karakteristik produk dan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang datang ke AHASS 844 Sido Makmur Blitar.

Dasar pengambilan keputusan:

1) Jika nilai probabilitas lebih besar daripada atau sama dengan nilai probabilitas Sig. ( $0,05 \geq \text{Sig.}$ ) maka Ho1 ditolak (Ha1 diterima). Artinya signifikan

2) Jika nilai probabilitas lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas ( $0,05 \leq \text{Sig.}$ ) maka Ho1 diterima (Ha1 ditolak). Artinya tidak signifikan

d. Pengaruh langsung Karakteristik Produk (X) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)

Tabel 15.

Hasil Uji Analisis Jalur Model 2 Pengaruh langsung Karakteristik Produk (X) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.511	.539		2.802	.006
Intangibility	.419	.161	.381	2.606	.011
Inseparability	.206	.131	.189	1.575	.119
Variability	.191	.165	.155	1.161	.249
Perishability	-.144	.147	-.124	-.978	.331

a. Dependent Variable: Kepuasan

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.546 <sup>a</sup>	.298	.263	.55708	.298	8.499	4	80	.000

a. Predictors: (Constant), Perishability, Variability, Inseparability, Intangibility

b. Dependent Variable: Kepuasan

(Sumber: Data Primer Diolah)

e. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari tabel:

Tabel 16.

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.550	4	2.637	8.499	.000 <sup>a</sup>
	Residual	24.827	80	.310		
	Total	35.377	84			

a. Predictors: (Constant), Perishability, Variability, Inseparability, Intangibility

b. Dependent Variable: Kepuasan

(Sumber: Data Primer Diolah)

Dari hasil tabel diatas hasil uji signifikansi pada tabel ANOVA



menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,000 dengan demikian **Ha2 ditolak** dan Ho2 diterima. Artinya koefisien regresi adalah signifikan. Kesimpulannya menunjukkan bahwa variabel X dan Y berpengaruh signifikan terhadap variabel Z.

Hal ini berdasarkan kepada:

Hipotesis

Ha2: Diduga karakteristik produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan yang datang ke AHASS 844 Sido Makmur Blitar.

Ho2: Diduga karakteristik produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan yang datang ke AHASS 844 Sido Makmur Blitar.

Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai probabilitas lebih besar daripada atau sama dengan nilai probabilitas Sig. ( $0,05 \geq \text{Sig.}$ ) maka Ho2 ditolak (Ha2 diterima). Artinya signifikan
- 2) Jika nilai probabilitas lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas ( $0,05 \leq \text{Sig.}$ ) maka Ho2 diterima (Ha2 ditolak). Artinya tidak signifikan

Tabel 17.  
Koefisien Jalur

Pengaruh Variabel	Pengaruh Kausal		Sisa E1 dan E2	Total
	Langsung	Tidak Langsung Melalui Y		
A	B	C	D	b + c + d
X1 terhadap Y	0,381	-	-	0,381
	-	$0,128 + (0,381 \times 0,616)$	-	0,362
X2 terhadap Y	0,189	-	-	0,189
	-	$0,016 + (0,189 \times 0,616)$	-	0,132
X3 terhadap Y	0,155	-	-	0,155
	-	$0,045 + (0,155 \times 0,616)$	-	0,140
X4 terhadap Y	-0,124	-	-	-0,124
	-	$-0,033 + (-0,124 \times 0,616)$	-	-0,109
X1, X2, X3, X4 terhadap Y	0,298	-	0,702	1
X terhadap Y	0,507	-	-	0,507
Y terhadap Z	0,634	-	-	0,634
X,Y terhadap Z	0,499	-	0,501	1

(Sumber: Data Primer Diolah)

### Pembahasan

1. Pengaruh langsung Karakteristik Produk terhadap Loyalitas Pelanggan  
Hasil penelitian pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar menunjukkan bahwa variabel karakteristik produk berpengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini di tunjukkan dengan nilai Probabilitas 0,000 yang  $\leq$  dari Sig.0,05 ini berarti bahwa AHASS 844 Sido Makmur Blitar memiliki

karakteristik produk yang baik meliputi *Intangibility*, *Inseparability*, *Variability*, *Perishability* di mata pelanggan.

Hasil dari penelitian pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar memang menunjukkan bahwa AHASS 844 Sido Makmur Blitar ini memiliki karakteristik produk yang baik namun beberapa responden memberikan jawaban yang kurang setuju terhadap karakteristik produk yang ada pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar yang meliputi *Intangibility*, *Inseparability*, *Variability*, *Perishability* dilihat dari distribusi jawaban Responden, Total 4 responden menjawab Sangat Tidak Setuju pada *Intangibility* pada item kedua, dan 29 responden menjawab Tidak Setuju masing-masing pada Item pertama sebanyak 2 Responden pada item ke-dua 18 Responden, pada item ke-tiga 2 Responden, pada item ke-empat 4 Responden dan pada item ke-lima 3 Responden. Hasil jawaban kurang baik yang di dapat dari responden adalah pada item ke-dua yaitu 4 orang responden menjawab Sangat Tidak Setuju dan 18 responden menjawab Tidak Setuju, dengan hal yang berkaitan dengan ruang tunggu yang ada pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar, ini berarti sebagian responden beranggapan bahwa ruang tunggu yang ada pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar ini belum dapat memenuhi harapan mereka, sebaiknya hal yang berkaitan dengan ruang tunggu ini di tambah. AHASS 844 Sido Makmur harus memberikan perubahan pada ruang tunggu yang sudah ada sekarang, hendaknya AHASS 844 Sido Makmur Blitar memperbaiki ruang tunggu pelanggan seperti kursi tunggu dan penambahan sarana yang dapat menunjang kenyamanan ruang tunggu seperti audio, kipas angin agar pelanggan merasa nyaman saat menunggu kendaraannya untuk di service di AHASS 844 Sido Makmur Blitar .

Pada item pertama 2 orang menjawab Tidak Setuju dengan fasilitas yang ada di AHASS 844 Sido Makmur Blitar, ini berarti pelanggan belum merasa bahwa fasilitas yang ada di AHASS 844 Sido Makmur Blitar lengkap, sebaiknya perusahaan menambah fasilitas seperti Mushola. Pada item ke-tiga 2 orang memberikan tanggapan tidak setuju bahwa peralatan yang ada pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar lengkap sebaiknya peralatan untuk menunjang mekanik yang ada pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar ini di tambah. 4 orang responden pada item ke-empat memberikan tanggapan tidak setuju atas karyawan yang sudah bersikap komunikatif dengan baik, sebaiknya karyawan di berikan pengarahan agar dapat menjalin komunikasi dengan pelanggan karena interaksi antara pelanggan dengan karyawan adalah sangat penting karena AHASS 844 Sido Makmur Blitar adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan 3 orang responden memberikan tanggapan tidak setuju atas harga yang telah di berikan oleh AHASS 844 Sido Makmur Blitar sebaiknya pencantuman harga mulai dari servis, suku cadang dan hal-hal yang berkaitan dengan perawatan kendaraan pelanggan di cantumkan di tempat yang strategis agar pelanggan mengetahui harga yang sebenarnya dan tidak ada kecurigaan dari pelanggan atas mekanik yang mencari keuntungan pribadi

Dari hasil jawaban responden pada faktor *Inseparability* total 8 responden menjawab tidak setuju masing masing pada item pertama sebanyak 2 orang responden yaitu dengan hal yang berkaitan dengan pelayanan administrasi, sebaiknya pemberian pengarahan kepada bagian administrasi sangat diperlukan seperti Senyum dan Sapa kepada Pelanggan dan menjelaskan

total pengeluaran yang dikeluarkan oleh pelanggan agar pelanggan merasa dihargai sebagai orang yang memberikan kepercayaan kendaraannya untuk di servis di AHASS 844 Sido Makmur Blitar. Pada item ke-dua 3 orang responden memberikan tanggapan negatif tentang teknologi dan peralatan yang dimiliki oleh AHASS 844 Sido Makmur Blitar sudah mutakhir, sebaiknya perusahaan menambahkan peralatannya agar pelanggan percaya dan yakin bahwa mereka tidak salah mempercayakan kendaraannya untuk di tangani oleh AHASS 844 Sido Makmur Blitar. Pada item ke-tiga 3 orang memberikan jawaban tidak setuju atas Pemberian Informasi seputar kendaraan yang telah di berikan oleh karyawan, sebaiknya perusahaan menempatkan orang yang khusus untuk menjelaskan seputar kendaraan pelanggan yang benar-benar paham dan tahu tentang kendaraan khususnya kendaraan merek Honda.

Melihat uraian penjelasan dari jawaban responden diatas perlu di kritisi oleh peneliti dimana kemungkinan turunya pelanggan yang kemungkinan disebabkan oleh Karakteristik Produk yang kurang baik dan adanya usaha yang bergerak di bidang yang sama dan memiliki Karakteristik yang setara dengan AHASS 844 Sido Makmur Blitar bahkan, tidak dapat dipungkiri Pelanggan akan sedikit demi sedikit beralih kepada tempat Servis yang memiliki Karakteristik Produk yang lebih baik dari AHASS 844 Sido Makmur Blitar, ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan yang kurang baik akan memberikan dampak yang luas terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa mempertahankan dan memperbaiki karakteristik produk akan berdampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Pengaruh tidak langsung Karakteristik Produk terhadap loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar menunjukkan bahwa variabel karakteristik produk berpengaruh tidak langsung kepada variabel loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Pengaruh tidak langsung ini terbentuk dari variabel karakteristik produk yang terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan begitu juga dengan kepuasan pelanggan yang memberikan dampak yang signifikan kepada loyalitas pelanggan Hal ini di tunjukkan dengan nilai probabilitas 0,000 yang  $\leq$  dari Sig.0,05.

Hasil dari penelitian pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar memang menunjukkan bahwa AHASS 844 Sido Makmur Blitar ini memiliki karakteristik produk yang baik terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Namun dilihat dari distribusi jawaban responden beberapa orang memberikan jawaban yang negatif. Pada variabel kepuasan, item ke-dua 2 orang memberikan jawaban Sangat Tidak Setuju dan 4 orang memberikan jawaban Tidak Setuju pada pernyataan sarana yang diberikan dan dapat memenuhi harapan pelanggan, sebaiknya AHASS 844 Sido Makmur Blitar melengkapi sarananya seperti di ruang tunggu pelanggan di pasang kanopi agar pelanggan merasa nyaman dan tidak kepanasan saat menunggu kendaraannya untuk di servis dan pelanggan tidak perlu khawatir saat turun hujan karena sudah terlindungi oleh kanopi dan di sediakan ruangan plus buku agar pelanggan dapat mengisi waktunya dan tidak bosan saat menunggu kendaraannya di service. Di item ke-tiga Responden memberikan

opiniya tentang pelayanan administrasi yang telah diberikan oleh bagian administrasi apakah sudah dapat memenuhi harapan, 1 orang responden menjawab Tidak Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pada bagian administrasi belum memberikan kepuasan kepada pelanggan sebaiknya pengarahan untuk dibagian administrasi adalah hal yang wajib, seperti senyum saat berinteraksi dengan pelanggan dan menjelaskan dengan detail pengeluaran yang dikeluarkan oleh pelanggan saat memperbaiki atau mengganti suku cadang kendaraannya. Pada item ke-empat 4 orang responden menjawab Tidak Setuju pada pernyataan puas dengan informasi yang di berikan oleh AHASS 844 Sido Makmur Blitar, sebaiknya perusahaan menambah karyawan khusus yang memberikan informasi dan paham akan bidangnya sehingga pelanggan tidak merasa bingung karena penjelasan seputar suku cadang maupun saat melakukan servis kendaraannya di AHASS 844 Sido Makmur Blitar. Pada item ke-lima 1 orang menjawab Sangat Tidak Setuju dan 1 orang menjawab Tidak Setuju atas kepuasannya di AHASS 844 Sido Makmur Blitar ini yang perlu di lihat betul oleh perusahaan karena ada sebagian responden merasa tidak puas dengan apa yang diberikan oleh AHASS 844 Sido Makmur Blitar, sebaiknya AHASS 844 Sido Makmur Blitar selalu memperbaiki kinerjanya dan memberikan kotak saran agar pelanggan dapat memberikan keluhannya dan dapat menjadi laporan yang bisa dijadikan acuan bagi perusahaan untuk selalu memperbaiki kepuasan pelanggan. Pada variabel loyalitas item pertama 1 orang menjawab Sangat Tidak Setuju dan 1 orang menjawab Tidak Setuju untuk merekomendasikan AHASS 844 Sido Makmur Blitar ke orang lain, pelanggan yang seperti ini perlu untuk ditangani oleh perusahaan, sebaiknya perusahaan dalam memberikan layanan jasanya lebih meningkatkan Karakteristik Produk dan Kepuasan Pelanggan seperti, menyeleksi mekanik yang benar-benar menguasai di bidangnya dan memperbaiki layanannya dengan senyum, tanya (keluhan pada kendaraan) dan menjelaskan kapan waktu selesai kendaraan pelanggan saat servis dan mekanik harus memiliki manajemen waktu yang baik saat menangani kendaraan pelanggan agar pelanggan tidak berlama lama tanpa ada kejelasan saat kendaraannya di servis. Pada item ke dua 2 orang menjawab Tidak Setuju saat menjawab pernyataan anda akan mengatakan hal yang positif kepada orang lain. Pelanggan seperti ini adalah pelanggan yang kecewa akan pelayanan yang telah diberikan oleh AHASS 844 Sido Makmur Blitar hasilnya adalah ketidakpuasan emosional dari pelanggan sebaiknya perusahaan mengantisipasi hal tersebut dengan membuat pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik, pelanggan merasa nyaman dan senang saat menunggu kendaraannya untuk di servis dengan demikian pelanggan akan loyal dan akan mengatakan hal-hal yang positif kepada orang lain dengan hal yang berkaitan AHASS 844 Sido Makmur Blitar. Pada item ketiga 3 orang menjawab tidak setuju mempercayakan kendaraannya untuk ditangani oleh AHASS 844 Sido Makmur Blitar, kepercayaan tumbuh dari apa yang telah di berikan oleh perusahaan, sebaiknya perusahaan selalu meningkatkan kualitas mekanik dan karakteristik produknya agar pelanggan merasa puas dengan apa yang dirasakan dan dengan apa yang didapatkan sehingga pelanggan tidak akan ragu untuk mempercayakan kendaraannya pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar. Walaupun ada sebagian kecil pelanggan yang ragu akan AHASS 844 Sido Makmur Blitar namun sebagian

dari mereka adalah pelanggan yang loyal. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa mempertahankan dan memperbaiki kepuasan dan loyalitas akan berdampak lebih baik lagi bagi perusahaan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Hasil Penelitian pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar terbukti bahwa Karakteristik Produk berpengaruh tidak langsung terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan:
  - a. Loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan dan di pengaruhi oleh variabel X (karakteristik produk) dan variabel (Y) Kepuasan Pelanggan dapat di simpulkan sebagai berikut
    - 1) Pengaruh langsung variabel X1 terhadap Z = 0,128  
Pengaruh tidak langsung variabel X1 terhadap Z melalui Y  
 $0,128 + (0,381 \times 0,616) = 0,128 + 0,234 = 0,362$
    - 2) Pengaruh langsung variabel X2 terhadap Z = 0,016  
Pengaruh tidak langsung variabel X2 terhadap Z melalui Y  
 $0,016 + (0,189 \times 0,616) = 0,016 + 0,116 = 0,132$
    - 3) Pengaruh langsung variabel X3 terhadap Z = 0,045  
Pengaruh tidak langsung variabel X3 terhadap Z melalui Y  
 $0,045 + (0,155 \times 0,616) = 0,128 + 0,095 = 0,140$
    - 4) Pengaruh langsung variabel X4 terhadap Z = -0,033  
Pengaruh tidak langsung variabel X4 terhadap Z melalui Y  
 $-0,033 + (-0,124 \times 0,616) = -0,033 + (-0,076) = -0,109$
  - b. Kontribusi *Intangibility* (X1) secara tidak langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan (Z) sebesar  $0,128^2 = 0,0164$  atau 1,64%
  - c. Kontribusi *Inseparability* (X2) secara tidak langsung mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar  $0,016^2 = 0,0003$  atau 0,03%
  - d. Kontribusi *Variability* (X3) secara tidak langsung mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar  $0,045^2 = 0,0020$  atau 0,2%
  - e. Kontribusi *Perishability* (X4) secara tidak langsung mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar  $-0,033^2 = 0,0011$  atau 0,11%
  - f. Kontribusi Kepuasan (Y) secara tidak langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan (Z) sebesar  $0,616^2 = 0,3794$  atau 38%
  - g. Kontribusi *Intangibility* (X1), *Inseparability* (X2), *Variability* (X3), *Perishability* (X4) dan Kontribusi Kepuasan (Y) secara simultan yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar  $R^2_{\text{square}} = 0,710 = 71\%$ . Sisanya sebesar  $0,290 = 29\%$  dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat dijelaskan variabel yang paling berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan adalah variabel variabel kepuasan pelanggan. Variabel Z (Loyalitas) di pengaruhi oleh variabel X (Karakteristik Produk) dan variabel Y (Kepuasan) dan berpengaruh signifikan. Karena koefisien path bertanda positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi karakteristik produk dan kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan
2. Hasil Penelitian membuktikan bahwa karakteristik Produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan yang datang ke Ahass 844 Sido Makmur Blitar hal ini dibuktikan dengan:

- a. Kontribusi *Intangibility* (X1) yang secara langsung mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar  $0,381^2 = 0,1451$  atau 14,51%
- b. Kontribusi *Inseparability* (X2) yang secara langsung mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar  $0,189^2 = 0,0357$  atau 3,57%
- c. Kontribusi *Variability* (X3) yang secara langsung mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar  $0,155^2 = 0,0240$  atau 2,4%
- d. Kontribusi *Perishability* (X4) yang secara langsung mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar  $-0,124^2 = 0,0153$  atau 1,53%
- e. Kontribusi *Intangibility* (X1), *Inseparability* (X2), *Variability* (X3), *Perishability* (X4) secara simultan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar  $R^2_{\text{square}} = 0,298 = 29,8\%$ . Sisanya sebesar  $0,702 = 70,2\%$  dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian

### Saran

Dari hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya yang telah diuraikan oleh peneliti maka dapat dikemukakan beberapa saran dari penelitian ini.

1. Peningkatan Karakteristik Produk untuk memperoleh Kepuasan dan Loyalitas pelanggan sebaiknya dilakukan oleh Perusahaan dengan cara:
  - a. Memperbaiki ruang tunggu yang sudah ada seperti kursi tunggu pelanggan, serta menambahkan sejumlah sarana penunjang seperti audio, kipas angin, kanopi agar pelanggan merasa nyaman saat menunggu kendaraannya untuk di servis dan penambahan fasilitas seperti mushola serta melengkapi peralatan yang dapat menunjang para mekanik, dan pencantuman harga secara detail di tempat yang strategis membuat pelanggan merasa nyaman dan percaya terhadap karakteristik produk yang telah diberikan oleh perusahaan.
  - b. Pengarahan kepada bagian administrasi seperti menjelaskan kepada pelanggan tentang total biaya yang telah dikeluarkan oleh pelanggan agar pelayanan pada bagian administrasi dapat memenuhi harapan pelanggan, menambahkan peralatan terbaru agar pelanggan merasa yakin bahwa mereka tidak salah mempercayakan kendaraannya untuk di servis, penempatan orang yang khusus untuk menjelaskan informasi seputar suku cadang kepada pelanggansaat kendaraannya di servis maupun saat pergantian suku cadang kendaraan mereka agar tidak ada kecurigaan dari pelanggan terhadap para mekanik sebagai bentuk Karakteristik Produk yang melekat pada AHASS 844 Sido Makmur Blitar.
2. Mempertahankan dan meningkatkan karakteristik produk dan kepuasan pelanggan sangatlah vital bagi perusahaan karena karakteristik produk dan kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan akan membentuk pandangan baru pelanggan bahwa mereka akan menjadi pelanggan yang setia dan loyal terhadap perusahaan.
3. Meskipun karakteristik produk dan kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan dalam mendapatkan loyalitas pelanggan tetapi masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan seperti ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan, pengalaman dengan perusahaan dan merek yang perlu dikaji oleh perusahaan agar perusahaan dapat menjadi lebih baik lagi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alaras,R.Galih.2012. *Pengaruh Karakteristik Produk, Diferensiasi, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Nilai Jual Kembali terhadap Kepuasan Konsumen: Skripsi* Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Atmaja,Ni Putu Cempaka Dharmadewi. 2011. *Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Domestik Garuda Indonesia Di Denpasar: Tesis Program Pasca Sarjana* Universitas Udayana Denpasar.
- Griffin, Jill.2005.*Customer loyalty*.Jakarta : Erlangga.
- Hermawan,Rudi.2013.*Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Indomart Sutojayan*.Blitar: Skripsi STIE Kesuma Negara Blitar.
- Jasfar,F.2010.*Manajemen Jasa*.Surabaya: Ghalia Indonesia.
- Lupiyoadi,Rambat.2013.*Manajemen Pemasaran Jasa*,Edisi 3.Jakarta: Salemba Empat
- Riduwan dan Kuncoro, Engkos Ahmad.2008 *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sandjojo, Nidjo. 2011. *Metode analisis jalur (path analysis) dan aplikasinya*. Penerbit Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda. 2013. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Swastha,Basu dan Sukotjo,Ibnu.2007.*Pengantar Bisnis Modern*,edisi 3.Yogyakarta: Liberty.
- Swastha,Basu.2008.*Manajemen Pemasaran Modern*.Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono,Fandi.2008.*Strategi Pemasaran*,edisi 3.Yogyakarta: Andi.
- Usmara,Usman.2008.*Pemikiran Kreatif Pemasaran*.Yogyakarta: Amara Books.