

**ANALISIS TINGKAT LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA JASA  
PADA BENGKEL YANDRI JAYA BAN**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen  
Perdagangan (DIII) Sebagai salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Ahli Madya**



**Oleh**

**VENY NURMA ATIKA  
2017/17134084**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERDAGANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2020**

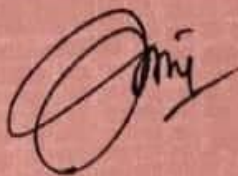
**HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**ANALISIS TINGKAT LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA JASA PADA  
BENGKEL YANDRI JAYA BAN**

**Nama** : VENY NURMA ATIKA  
**NIM/TM** : 17134084/2017  
**Program Studi** : Manajemen Perdagangan (DIII)  
**Fakultas** : Ekonomi

Padang, November 2020

Diketahui Oleh,  
Koordinator Program Diploma III  
Manajemen Perdagangan



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D  
NIP. 19751209 199903 2 001

Disetujui Oleh,  
Pembimbing Tugas Akhir



Astra Prima Budiarti, SE, BBA. Hons., MM  
NIDN. 26128903

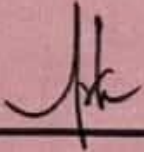
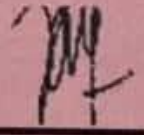
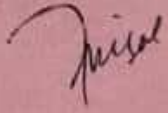
## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

### ANALISIS TINGKAT LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA JASA PADA BENGKEL YANDRI JAYA BAN

Nama : VENY NURMA ATIKA  
NIM/TM : 17134084/2017  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Manajemen Perdagangan Diploma III (DIII)  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, November 2020

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Astra Prima Budiarti, SE, BBA. Hons.,MM	(Ketua)	 _____
Vidyarini Dwita, SE, M.Si, Ph.D	(Anggota)	 _____
Awisal Fasyni, SP, MM	(Anggota)	 _____

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Veny Nurma Atika  
Th. Masuk/NIM : 2017/17134084  
Tempat/Tgl. Lahir : Padang, 13 Februari 1997  
Program Studi : Manajemen Perdagangan  
Keahlian : Diploma III  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jl Bandes Kampung Baru Rt 02 Rw 01 Kuranji Padang  
Judul Tugas Akhir : Analisis Tingkat Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pada Bengkel Yandri Jaya Ban

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah orang lain.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, Oktober 2020  
Yang menyatakan,



Veny Nurma Atika  
NIM. 17134084

## **ABSTRAK**

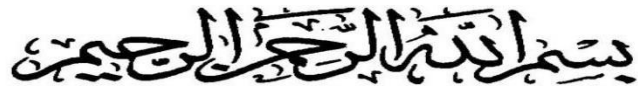
Veny Nurma Atika : Analisis Tingkat Loyalitas Pelanggan Pengguna  
Jasa Pada Bengkel Yandri Jaya Ban  
Pembimbing : Astra Prima Budiarti SE, BBA.Hons, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat loyalitas pelanggan pengguna jasa pada Bengkel Yandri Jaya Ban. Dalam penyusunan tugas akhir ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penulisan tugas akhir digunakan dengan cara penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden.

Berdasarkan hasil penelitian loyalitas pelanggan pengguna jasa pada Bengkel Yandri Jaya Ban mempunyai empat indikator yang dipakai. Masing-masing indikator berada dalam kategori baik.

**Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Yandri Jaya Ban**

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia dan limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Analisis Tingkat Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pada Bengkel Yandri Jaya Ban.” Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan penulis mengucapkan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan kepada penulis kemampuan berfikir sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dan tepat pada waktunya.
2. Untuk orang tuaku yang mulia ayahanda dan ibunda tercinta yang selalu membantu dan memotivasi baik moril maupun materil, dan doanya kepada penulis selama ini.
3. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

4. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si,Ak,CA,Ph.D. selaku ketua Program Studi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi.
5. Ibu Astra Prima Budiarti, SE, BBA.Hons, MM, selaku pembimbing tugas akhir yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran serta nasehat dalam berbagai hal terutama dalam penyusunan tugas akhir ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
6. Ibu Vidyarini Dwita, SE, M.Si, Ph.D. selaku Dosen Penguji tugas akhir.
7. Ibu Awisal Fasyni, SP, MM selaku Dosen Penguji tugas akhir.
8. Bapak Firman SE, M.Sc selaku Dosen Pembimbing Akademik.
9. Bapak dan Ibu Dosen, Staf Pengajar dan Karyawan program studi DIII FE UNP yang telah membimbing dan berbagai ilmu pengetahuan kepada penulis selama diperkuliahan.
10. Bapak Arief Rahmad Maiyandri selaku pihak pimpinan Bengkel Yandri Jaya Ban.
11. Terimakasih untuk saudara-saudaraku teta Lidia, Delfa, Annesa, Suhatman, Zaatil, dan Moza yang sudah memberikan support dan semangat dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
12. Terimakasih kepada teman-teman program studi DIII FE UNP khususnya Manajemen Perdagangan angkatan 2017 yang sama-sama berjuang dan memberikan banyak motivasi, saran serta dukungan yang sangat berguna bagi penulis.

13. Terimakasih kepada Fanny, Mumut, Indah, dan Riri yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

Semoga segala bimbingan, bantuan, dan motivasi yang telah diberikan menjadi amal kebaikan dan mendapat balasan yang sesuai dari Tuhan Yang Maha Esa.

Dengan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan kesempurnaan penelitian tugas akhir dimasa yang mendatang.

Padang, Mei 2020

Veny Nurma Atika

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Definisi Jasa .....	6
B. Loyalitas Pelanggan .....	7
C. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	7
D. Tahap Proses Loyalitas .....	9
E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas .....	11
F. Manfaat Loyalitas .....	12
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Bentuk Penelitian .....	15
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	15
C. Rancangan Penelitian .....	15
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	

A. Gambaran Umum Perusahaan .....	26
B. Hasil Penelitian .....	30
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	42
B. Saran.....	42
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>44</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pelanggan Pengguna Jasa Bengkel Yandri Jaya Ban.....	3
Tabel 2. Operasional Variabel .....	18
Tabel 3. Data Skor Jawaban Setiap Skor Pertanyaan .....	22
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	31
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	31
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	32
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Ke Bengkel Yandri Jaya Ban .....	33
Tabel 8. Data Rata-Rata Indikator Loyalitas .....	33
Tabel 9. Distribusi Frekuensi Melakukan Pembelian Ulang Secara Teratur .....	35
Tabel 10. Distribusi Frekuensi Membeli Diluar Lini Produk Atau jasa .....	37
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Merekomendasikan Produk Kepada Orang lain .....	38
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Menunjukkan Kekebalan Daya Tarik Dari Pesaing .....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian .....	46
Lampiran 2. Kusioner Penelitian .....	47
Lampiran 3. Karakteristik Data Responden .....	50
Lampiran 4. Tabulasi Data Responden .....	51
Lampiran 5. Tingkat Capaian Responden (TCR) .....	56
Lampiran 6. Foto Penelitian Penyebaran Kusioner.....	59

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada masa saat ini, transportasi merupakan sarana pendukung yang penting dalam kehidupan manusia, karena dengan transportasi seseorang dapat melaksanakan segala aktivitas menjadi lebih mudah. Semakin banyak dan beraneka ragam jenis transportasi membawa dampak penting terhadap suatu tempat penjualan suku cadang dan jasa servis bagi kendaraan tersebut. Sekarang ini semakin banyak perusahaan berkembang, maka persaingan pun akan semakin menjadi lebih ketat. Dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang diperhatikan dan diprioritaskan adalah kepuasan, supaya pelanggan dapat bertahan sehingga mendapatkan kesetiaan pelanggan.

Di era *globalisasi* saat ini, perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus meningkatkan pelayanannya, demikian juga perusahaan otomotif juga dituntut untuk melakukan inovasi dan mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dari pangsa pasar. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai keunggulan tersendiri terutama dalam melayani pelanggan. Perilaku pelanggan setelah melakukan pembelian produk atau pemakaian jasa ditentukan oleh kepuasan atau ketidak puasan akan suatu produk atau jasa sebagai akhir dari proses penjualan. Dalam menjalankan suatu bisnis memenuhi kepuasan pelanggan saja tidak pernah cukup. Apabila pelanggan menemukan produk atau pelayanan jasa pesaing yang lebih baik maka besar kemungkinan pelanggan akan beralih ke pesaing.

Dengan demikian, pemenuhan kepuasan pelanggan harus dibarengi dengan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan lebih banyak diartikan dengan perilaku daripada sikap. Salah satu sikap positif pelanggan dapat ditunjukkan melalui setia kepada produk dan jasa perusahaan serta merekomendasikan kepada pihak lainnya. Sedangkan sikap negatif ditunjukkan melalui perkataan negatif (*word of mouth*) kepada pihak lain dan berpindah dengan melakukan pembelian dan pemakaian jasa kepada perusahaan lain.

Loyalitas merupakan sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya. Menurut Griffin (2013) loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih. Dengan pembelian secara terus-menerus dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2014) 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.”

Berdasarkan beberapa definisi yang dikemukakan para ahli di atas dapat di pahami bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pun pemasok yang tercermin atau yang ditunjukkan dengan perilaku yang positif yaitu melakukan pembelian ulang yang berkelanjutan tanpa terpengaruh pemasaran yang dilakukan oleh

pesaing. Loyalitas pelanggan bisa didapatkan dengan memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan suatu hal penting bagi suatu usaha, karena pelanggan yang loyal merupakan kunci sukses sebuah usaha atau bisnis untuk mempertahankan pelanggan yang loyal harus mendapatkan pelanggan baru.

Bengkel Yandri Jaya Ban berdiri sejak tahun 1995. Sejak berdiri Bengkel Yandri Jaya Ban sudah memiliki pelanggan yang cukup banyak. Namun semenjak tahun 2017, jumlah pelanggan menurun. Data pelanggan Bengkel Yandri Jaya Ban ditampilkan pada Tabel 1. di bawah ini:

**Tabel 1. Jumlah Pelanggan Pengguna Jasa Bengkel Yandri Jaya Ban**

Tahun	Jenis Jasa	Jumlah Pelanggan
2017	Bongkar Pasang Ganti Ban	384
	Tambal Ban Tubles dan Ban Dalam	1.344
	Repair dan Repaint	217
	Tambah Angin Nitrogen dan Biasa	864
	Jasa Potong Per Shok Breaker	191
	Jumlah	3.000
2018	Bongkar Pasang Ganti Ban	432
	Tambal Ban Tubles dan Ban Dalam	960
	Repair dan Repaint	205
	Tambah Angin Nitrogen dan Biasa	720
	Jasa Potong Per Shok Breaker	183
	Jumlah	2.500
2019	Bongkar Pasang Ganti Ban	336
	Tambal Ban Tubles dan Ban Dalam	864
	Repair dan Repaint	148
	Tambah Angin Nitrogen dan Biasa	528
	Jasa Potong Per Shok Breaker	124
	Jumlah	2.000

Sumber: Bengkel Yandri Jaya Ban, Tahun 2020.

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat pengguna jasa pada Bengkel Yandri Jaya Ban tahun 2017-2019, terlihat jumlah pelanggan terus mengalami penurunan. Hal tersebut dapat dilihat pada tahun 2017 yang

memiliki jumlah konsumen tertinggi, yaitu 3000 pelanggan, dan jumlah pelanggan terendah terlihat pada tahun 2019, yaitu 2000 pelanggan. Data ini menunjukkan bahwa terdapat permasalahan pada tingkat Loyalitas Pelanggan Bengkel Yandri Jaya Ban.

Selain banyaknya bidang pelayanan jasa dalam otomotif faktor lain yang mengakibatkan penurunan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Yandri Jaya Ban yaitu adanya pembangunan jalan jalur dua by pass yang membuat pemutar jalur sangat jauh sehingga pelanggan terkadang enggan untuk kembali.

Di Kota Padang, terdapat banyak Bengkel yang menawarkan jasa otomotif, salah satunya adalah Bengkel Yandri Jaya Ban. Dengan melihat data pengguna jasa Bengkel Yandri Jaya Ban yang menurun sejak tahun 2017, melatar belakangi penulis untuk menganalisis tentang tingkat loyalitas pelanggan pengguna jasa pada Bengkel Yandri Jaya Ban. Dengan demikian penulis mengambil judul **“Analisis Tingkat Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pada Bengkel Yandri Jaya Ban.”**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah penulis uraikan, hal yang ingin penulis teliti adalah “Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan terhadap pengguna jasa Bengkel Yandri Jaya Ban.”

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh tingkat loyalitas pelanggan terhadap Jasa Bengkel Yandri Jaya Ban.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas maka hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoritis

###### a. Akademik

Sebagai bahan kajian ilmu pengetahuan khususnya bagi program studi Manajemen Perdagangan DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

###### b. Penulis

Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya dan menambah pengetahuan tentang manajemen dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

###### c. Pembaca

Sebagai bahan yang dapat digunakan untuk meningkatkan cara berpikir, bertindak, dan bersikap sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan.

##### 2. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian bagi pihak Bengkel Yandri Jaya Ban adalah untuk memberikan informasi-informasi yang positif sekiranya terdapat kelemahan yang mampu memberikan yang terbaik bagi pelanggan dimasa yang akan datang.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan tentang indikator loyalitas pelanggan pengguna jasa pada Bengkel Yandri Jaya Ban, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator loyalitas pelanggan pengguna jasa pada Bengkel Yandri Jaya Ban yaitu: melakukan pembelian ulang secara teratur, membeli antar lini produk/jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing berada dalam kategori baik.

### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis ingin memberikan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Bengkel Yandri Jaya Ban yaitu:

1. Sebaiknya pihak Bengkel Yandri Jaya Ban, dapat mempertahankan loyalitas pelanggannya, yang termasuk dalam kategori baik seperti melakukan pembelian ulang secara teratur, membeli antar lini produk/jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.
2. Untuk indikator menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing yang memiliki item pernyataan terendah yaitu dengan tingkat capaian responden 75,80%. Oleh karena itu pihak bengkel harus melakukan peningkatan kualitas layanan dan promosi terhadap jasa yang ditawarkan untuk pelanggan, agar pelanggan merasa puas dan

pelanggan pun bisa menjadi loyal pada perusahaan, dan tidak berpindah ke bengkel lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Dita. (2011). *Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pembelian Produk dalam Jurnal Keuangan dan Bisnis Volume 3 No 3. (222-233)*. Medan: Universitas Negeri Medan.
- Amizulfa, Acis. (2017). *Analisis Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Cabang Ulak Karang Padang. Tugas Akhir*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
- Hidayat, Taufik. (2015). *Pengaruh Marketing Public Relation dalam Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Volume 9, No 2. (102-115)*. Surakarta: Fakultas Ekonomi.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Mardalis, Ahmad. (2005). *Meraih Loyalitas Pelanggan dalam Jurnal Benefit Volume 9, No 2. (111-119)*. Surakarta: Fakultas Ekonomi.
- Putra, Dwi, Refky. (2019). *Analisis Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Simpedes Pada Bank Rakyat Indonesia Unit Lubuk Buaya. Tugas Akhir*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Riduwan dan Sunarto. (2011). *Pengantar Statistik: Untuk Penelitian Pendidikan Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, Nurfarina dan Hakim Fadillah. (2017). *Pengaruh Pencitraan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Jurnal Manajemen Tools Volume 8, No 2. (87-96)*. Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Panca Budi.
- Sitepu, Naz, Bahrin. (2017). *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Jurnal Ilmiah Masitek Volume 2, No 3. (101-111)*. Medan: Fakultas Akuntansi Universitas YPK Medan.
- Sugyono, (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi