

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN HONDA DAN KINERJA KARYAWAN
BENGKEL AHHAS TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN HONDA STUDI KASUS
PADA SHOWROOM ALFA DAN BENGKEL AHHAS DIWONOKROMO BANTUL
YOGYAKARTA**

Surawan Setya Budi Sungkono
STIE SBI Yogyakarta
Surawanbudi@yahoo.com

ABSTRAK

The objective of this research is to measure the impact of costumers' satisfaction and employees' performance on the loyalty of Honda customers. The subjects of this research are Honda motorcyclist customers and Honda employees in AHHAS workshop, Bantul. There are 60 trusted correspondences (customers and employees) from AHHAS Wonokromo Honda Service that will be used as the samples. The variables used in this research are service, price, product, customers' satisfaction, level of education, work experience, work environment, employees' performance, and customer loyalty. The analysis methods used in this research are multiple linear regressions analysis and partial correlation analysis. The result of the research by using regression analysis indicates the insignificance relation between the service variable and the satisfaction variable. In contrast, the price and product variables are weighing to costumers' satisfaction. The level of education, work experience, and work environment variables show a significant relevance to employees' performance. Both customers' satisfaction variable and employees' performance variable significantly influence the customers' loyalty. It concludes that the higher customers' satisfaction and employees' performance, the higher customers' loyalty to the AHHAS Honda Service will be.

Keyword: costumers' satisfaction, employees' performance, customers' loyalty

A. Pendahuluan

Dewasa ini aktivitas setiap orang semakin meningkat, sehingga mobilitas juga semakin tinggi, dengan begitu kebutuhan alat transportasi untuk melakukan aktivitas tersebut semakin tinggi. Sepeda motor adalah alternatif bagi setiap orang untuk mendukung aktivitas yang lebih fleksibel dan terjangkau. Seiring meningkatnya perekonomian masyarakat sehingga memilih menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi dan didukung dengan kemudahan untuk dapat memiliki sepeda motor secara cepat. Serta didukung kurang tersedianya alat transportasi umum di wilayah kabupaten Bantul.

Seiring kurangnya alat transportasi umum yang murah dan mudah di Kabupaten Bantul dengan aktivitas masyarakat yang semakin padat, maka dibutuhkan alat transportasi yang cocok untuk menunjang dan memenuhi kebutuhan aktivitas masyarakat. Dengan kondisi tersebut masyarakat Bantul lebih memilih menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi yang paling efektif dan efisien, khususnya di daerah pegunungan seperti Dlingo, Mangunan dan Imogiri yang hampir tidak ada transportasi umum, sehingga masyarakat Bantul mencari alternatif yang cocok dan sesuai dengan medan dan kondisi keuangan masyarakat setempat. Disamping itu dengan mudah dan murah nya pembelian sepeda motor dengan cara kredit membuat masyarakat Kabupaten Bantul lebih memilih sepeda motor dari pada transportasi lain. Sehingga populasi sepeda motor di kabupaten Bantul sangat banyak dan cenderung terus

**)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta*

meningkat. Dari sekalian banyak populasi sepeda motor dikabupaten Bantul, Honda adalah salah satunya. Honda yang mempunyai image motor yang irit, bandel, dan purna jual tinggi, sehingga honda sudah di hati masyarakat. Honda juga yang terbanyak dari beberapa sepeda motor yang digunakan masyarakat Bantul. Berdasarkan sumber dari PT Astra Motor Yogyakarta (2016), Honda adalah produsen terbesar sepeda motor yang menguasai pasar Indonesia, dengan penjualan 83% dari total penjualan seluruh sepeda motor seluruh Daerah Istimewa Yogyakarta, Kedu dan Banyumas.

Dengan tingginya kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap sepeda motor Honda, maka kondisi ini menjadikan peluang strategis bagi layanan purna jual Honda. Untuk mendukung purna jual tersebut yaitu dengan mendirikan layanan perawatan sepeda motor Honda atau bisa disebut AHASS (autoriset Honda service stasion). Layanan tersebut juga untuk bersaing dalam menyediakan jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor.

AHASS adalah salah satu layanan purna jual Honda sebagai tanggung jawab produsen untuk pemeliharaan sepeda motor Honda. Saat ini Ahass sangat banyak bertebaran di berbagai daerah khususnya kabupaten Bantul. Tetapi pertumbuhan bisnis jasa perawatan semakin berkembang pesat, banyak pula pesaing Ahass yaitu bengkel umum yang kualitas produk jasanya tidak kalah dari AHASS. Adanya ancaman dari para pesaing, perlu dibutuhkan kerja keras agar konsumen tetap setia dengan AHASS. Karena saat ini iklim kompetisi dalam dunia usaha jasa perawatan dan perbaikan Sepeda motor semakin kompetitif sehingga dituntut untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Astra honda authorized service station atau yang biasa disingkat AHASS adalah bengkel resmi sepeda motor Honda, AHASS sendiri sudah tersebar diseluruh Indonesia. Oleh karena itu, demi menjaga kepercayaan dari masyarakat dan tercapainya tujuan perusahaan, para pemilik (owner) bengkel AHASS diharapkan dapat memperhatikan kualitas sumber daya manusianya (SDM), dikarenakan dalam suatu perusahaan sumber daya manusia adalah aset yang sangat penting. Maju atau tidaknya suatu perusahaan tergantung dari perencanaan dan strategi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan itu sendiri. Perencanaan sumber daya manusia adalah langkah awal dalam merekrut karyawan yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

Di era globalisasi seperti saat ini persaingan dunia usaha semakin ketat sehingga diharapkan para pemilik (owner) AHASS berusaha meningkatkan kinerja karyawannya supaya lebih productiv. Produktivitas dapat dicapai dengan memiliki karyawan yang unggul dan memiliki kinerja yang baik. Kinerja karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya latar belakang tingkat pendidikan, pengalaman kerja dan lingkungan kerja yang nyaman.

Menurut Prabu Mangkunegara (2007:67) menyatakan kinerja dalam bahasa inggris disebut dengan *job performance* atau *actual performance*, (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang). Pengertian kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kauntitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja bukan merupakan karakteristik individu, seperti bakat, atau kemampuan, namun merupakan perwujudan dari bakat atau kemampuan itu sendiri. Kinerja merupakan perwujudan dari kemampuan dalam bentuk karya nyata. Kinerja merupakan hasil kerja yang dicapai karyawan dalam mengemban tugas dan pekerjaan yang berasal dari organisasi.

Menurut Siagan (2002) kinerja karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu gaji, lingkungan kerja, budaya organisasi, kepemimpinan dan motivasi kerja, disiplin kerja, kepuasan kerja, komunikasi dan faktor-faktor lainnya. Setiap pegawai memiliki faktor-faktor yang

*)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta

berbeda dalam pengaruh kinerjanya diperusahaan, dikarenakan latar belakang dan tujuan yang berbeda.

Menurut Hariandja (2002:169) tingkat pendidikan adalah suatu proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, yang mana tenaga kerja manajerial mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan-tujuan umum. Dengan demikian tingkat pendidikan seorang karyawan dapat meningkatkan daya saing perusahaan dan dapat memperbaiki perusahaan.

Sedangkan pengalaman kerja menurut Handoko (1984:24) pengalaman kerja adalah tingkat penguasaan pengetahuan serta ketrampilan seseorang dalam pekerjaannya yang dapat diukur dari masa kerjanya, tingkat pengetahuan dan ketrampilan yang dimilikinya. Pengalaman kerja tidak dapat diukur dari segi usia, dikarenakan usia yang muda juga bisa memiliki pengalaman kerja yang luas dari pada pengawai yang senior. Demikian juga dengan tingkat pendidikan yang tinggi juga belum tentu mempunyai pengalaman kerja yang baik, dikarenakan pegawai yang memiliki pendidikan tinggi kebanyakan hanya padai dalam segi teori saja dan dalam prakteknya belum tentu dapat menguasai pekerjaan yang dihadapi dan harus diselesaikan oleh semua karyawan.

Penelitian yang dilakukan Strek (2005) dalam buku Administrasi Perkantoran Modern karangan Badri (2006:207) dalam Rodi Ahmad Ginanjar (skripsi) mengatakan bahwa karyawan mengharapkan adanya lingkungan kerja yang nyaman yang bisa memanjakan karyawan dalam bekerja. Dan penelitian yang dilakukan oleh Chao, Schwartz, Milton dan Burge (Badri, 2006:207) menjelaskan bahwa lingkungan yang tidak sehat dan nyaman akan menurunkan tingkat produktivitas maupun moral pegawai sehingga akan mempengaruhi tujuan organisasi. Apabila lingkungan kerja nyaman diharapkan dapat meningkatkan kinerja karyawan sehingga mampu meningkatkan tingkat produktivitas dan kedisiplinan karyawan dengan demikian tujuan perusahaan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya dapat tercapai.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepuasan Konsumen Honda Dan Kinerja Karyawan Bengkel AHHAS Terhadap Loyalitas Konsumen Honda Studi Kasus Pada Showroom Alfa dan Bengkel AHHAS di Wonokromo Bantul.

Adapun tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah;

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen produk honda dan kinerja karyawan AHHAS secara parsial mempengaruhi loyalitas konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen produk honda dan kinerja karyawan AHHAS secara parsial mempengaruhi loyalitas konsumen

B. Kajian Literatur Dan Pengembangan Hipotesis

Kajian literatur

Menurut Dwi ariyani, 2010 dalam penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan adalah faktor sebelum loyalitas pelanggan. Efek langsung dari kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan tidak memperhatikan penelitian, karena peneliti tidak menemukan hubungan langsung yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Nurul laili, 2013 dalam penelitian “Analisis faktor faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen tupperware” pada konsumen tupperware di kampus Universitas Diponegoro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi, dan desain merupakan faktor yang secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Variabel harga merupakan yang berpengaruh terhadap terhadap loyalitas konsumen.

**)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta*

Penelitian Elita Mieke Wijaya “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen, Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening”). Penelitian ini dilatarbelakangi dengan menurunnya jumlah konsumen Waterpark Semawis Semarang pada tahun 2008-2011 yang menindikasikan bahwa kepuasan pengunjung Waterpark Semawis menurun. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kepuasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Waterpark Semawis Semarang.

Penelitian Dhina Sari Taryanti (2010), yang berjudul “Pengaruh Kompetensi, Imbalan dan Tingkat Pendidikan terhadap Kinerja Karyawan”(studi kasus pada PD BPR BKK Boyolali Kota). Yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja karyawan, yang dibuktikan dengan perhitungan $t_{hitung} (3,293) > t_{tabel} (2,021)$ hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Penelitian Nuryani ratnaningsih (2013), yang berjudul “Pengaruh Pengalaman Kerja terhadap Produktivitas Kerja karyawan”(studi kasus pada PT Taspen persero kantor cabang Yogyakarta). Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi sederhana yaitu $Y = 19,49 + 0,56x_2$ nilai $a = 19,49$ sedangkan nilai $b = 0,56$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa b bernilai positif, oleh karena itu variabel X_2 (pengalaman kerja) berpengaruh positif terhadap variabel Y (produktivitas).

Penelitian Rodi Ahmad Ginanjar (2013), penelitiannya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi, dengan judul “Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan” (studi kasus pada Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga kabupaten Sleman). Menyatakan bahwa lingkungan kerja mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja karyawan, dibuktikan dengan hasil perhitungan unit t yang menghasilkan t_{hitung} sebesar 8,304 sedangkan t_{tabel} dengan taraf signifikansi sebesar 5% yaitu 1,984 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,304 > 1,984$), perhitungan tersebut mengartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Landasan Teori

Pengertian pelayanan.

Pelayanan dalam hal ini adalah bentuk perhatian dan kepedulian yang diberikan kepada konsumen, supaya konsumen merasa diperhatikan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia pengertian pelayanan adalah menolong atau menyediakan sesuatu apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Sedangkan menurut Kotler (1994; tanpa halaman) pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang ditawarkan kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata dan hasilnya tidak bisa dimiliki pihak lain. Pelayanan juga bisa diartikan sebagai aktifitas tambahan diluar tugas pokok yang diberikan ke konsumen-pelanggan sebagai serta rasa hormat dan penghargaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan bentuk kegiatan yang ditujukan kepada orang lain atau konsumen untuk memberikan perhatian dan kepuasan, sehingga konsumen merasa nyaman.

Pengertian produk

Produk merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh produsen berupa jasa atau barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2015:231) produk secara konseptual adalah pemahaman subyektif produsen atau sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetisi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu

*)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta

produk juga bisa didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksi atau operasinya.

Pengertian harga.

Menurut Fandy Tjiptono (2015:289-290) harga memainkan peran strategik dalam pemasaran. Bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan bakal tidak terjangkau oleh pasar sasaran tertentu atau nilai konsumen menjadi rendah. Dan sebaliknya bila harga terlalu rendah, perusahaan akan sulit mendapatkan keuntungan atau sebagian konsumen mempersepsikan kualitasnya buruk. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Pengertian pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja(atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler.2000.42). Seperti dijelaskan didefinisi tersebut, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi /kesan atas kerja dan harapan. Jika kinerja di bawah harapan , pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang.

Pengertian Kinerja

Kinerja karyawan menurut Wirawan (2009:3) menyatakan bahwa kinerja adalah keluaran yang dihasilkan dari fungsi-fungsi atau indikator-indikator suatu pekerjaan atau suatu profesi dalam waktu tertentu. Menurut Rivai dan Sagala (2009) menyatakan bahwa kinerja adalah perilaku yang nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh pegawai sesuai dengan perannya dalam organisasi, sedangkan Benardin dan Russel (2000) berpendapat kinerja merupakan hasil yang diproduksi oleh fungsi pekerjaan tertentu atau kegiatan-kegiatan pada pekerjaan tertentu selama periode waktu tertentu. Hasil kerja tersebut merupakan hasil dari kemampuan, keahlian, dan keinginan yang dicapai.

Pengertian Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan adalah keseluruhan proses yang terorganisasi yang bisa bersifat formal atau yang bersifat non formal yang bertujuan mengembangkan kemampuannya, memperkaya ilmu pengetahuan, meningkatkan kualifikasi teknis/professional, atau bertujuan mengubah (ketrampilan, pengetahuan, dan kualifikasi) dalam arah yang baru dan menghasilkan perubahan dalam sikap atau perilaku dalam dua perspektif pengembangan diri sepenuhnya dan berpartisipasi di masyarakat/tempat kerja.

Pengertian Pengalaman Kerja

Pengalaman kerja atau masa kerja adalah tingkat pengetahuan ilmu atau wawasan dan ketrampilan yang dimiliki karyawan selama dalam bekerja yang dapat diukur dari masa kerjanya dan jenis pekerjaannya dalam kurun waktu tertentu, seperti kata pepatah pengalaman adalah guru terbaik. Beberapa hasil penelitian telah menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara senioritas (pengalaman kerja) dan produktifitas/kinerja karyawan. Dengan masa kerja yang diawali dengan pengalaman (senioritas) menjadi faktor yang baik terhadap produktivitas kerja. Robbins dan Timothy (2008) berpendapat bahwa pengalaman kerja didasarkan pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki karyawan.

Pengertian Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja adalah suasana atau kondisi tempat kita bekerja baik itu fisik maupun non fisik. Lingkungan kerja dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Oleh karena itu, lingkungan kerja harus dibuat nyaman mungkin atau menyenangkan bagi karyawan, jika lingkungan

**)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta*

kerjanya nyaman diharapkan karyawan mampu memberikan kontribusi yang baik bagi perusahaan. Sehingga ada hubungan timbal balik. Robert C Mill (Timpe, 2000) menyatakan lingkungan kerja yang menyenangkan mungkin menjadi kunci pendorong bagi para karyawan untuk menghasilkan kinerja puncak. Menurut Nitisimito (1996:109) lingkungan kerja adalah sesuatu yang disekitar pekerjaan dan dapat mempengaruhi mereka dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan. Sedangkan menurut Sedarmayati (2001:1) mendefinisikan lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya dimana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun kelompok.

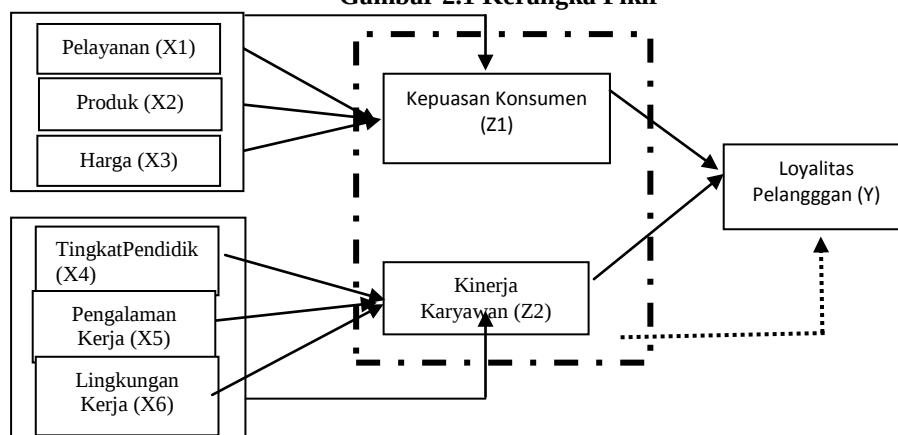
Loyalitas pelanggan.

Loyalitas menurut Griffin (2003) adalah suatu perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin berdasarkan proses pengambilan keputusan. Loyalitas juga merupakan bukti bahwa apa yang dilakukan untuk pelanggan tepat sasaran dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Selain itu loyalitas juga berarti kesetiaan pelanggan berbelanja di lokasi tertentu (Utamo, 2008:58).

Pada hakikatnya, loyalitas pelanggan merupakan suatu hubungan antara perusahaan dengan publik (pelanggan). Hubungan ini bisa langgeng dilandasi sepuluh prinsip pokok loyalitas pelanggan (Tjiptono:2006) yaitu: Kemitraan yang didasari pada etika dan integritas yang utuh; Nilai tambah antara pemasok dan pemasok; Saling percaya antara pimpinan dan karyawan, serta perusahaan dengan pelanggan.; Keterbukaan (data, strategi dan biaya) antara pelanggan dan pemasok; Saling membantu aktif dan kongkrit; Bertindak berdasarkan semua unsur *Customer Ethusiasm*. Dalam bidang jasa unsur – unsur tersebut dari kualitas, ketepatan waktu, *dependability*, *cooperatviness* dan komunikasi; Berfokus pada faktor-faktor tak terduga yang dapat menghasilkan *Customer Delight*; Kedekatan pelanggan; Tetap menjalin relasi dengan pembeli pada tahap purna jual; Antisipasi terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan dimasa datang.

Kerangka Pikir

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Sumber : konsep yang dikembangkan pada penelitian ini

*)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta

Perumusan Hipotesis

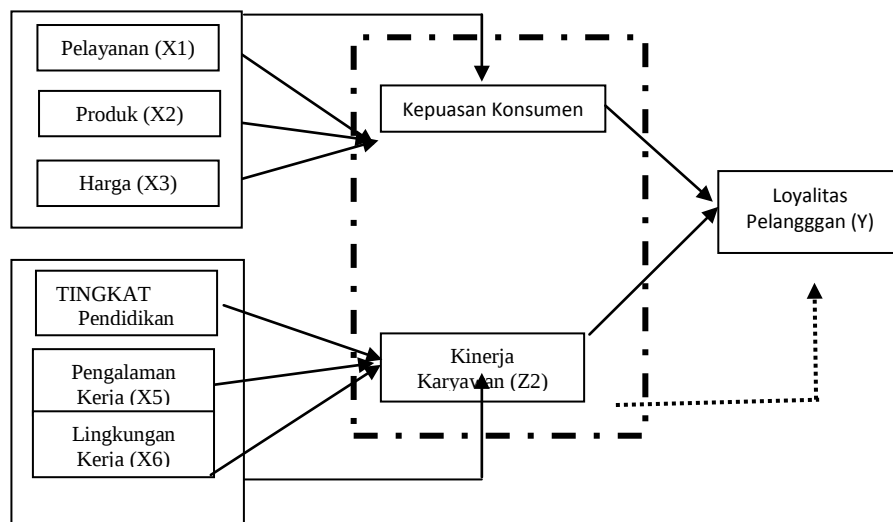
Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap pernyataan-pernyataan yang dikemukakan dalam perumusan masalah, yang akan berperan untuk memberikan tujuan yang tegas dan penentuan arah yang harus ditempuh sebagai berikut:

Pelayanan dalam hal ini adalah bentuk perhatian dan kepedulian yang diberikan kepada konsumen, supaya konsumen merasa diperhatikan. Sedangkan menurut Kotler (1994; tanpa halaman) pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang ditawarkan kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata dan hasilnya tidak bisa dimiliki pihak lain. Pelayanan juga bisa diartikan sebagai aktifitas tambahan diluar tugas pokok yang diberikan ke konsumen-pelanggan sebagai serta rasa hormat dan penghargaan.

Dwi aryani melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan” pada tahun 2010. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan (bukti fisik, empati, kendala, kecepatan dan jaminan positif) KFC memiliki pengaruh kuat terhadap pelanggan pada mahasiswa FISIP UI yakni 72,9%. Pada showroom Alfa motor telah memberikan pelayanan dengan baik antara lain dengan jemput bola datang kerumah, fasilitas kredit dan barang antar sampai rumah serta memberikan pelayanan dengan service gratis sebanyak tiga kali.

H1 : Diduga ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Produk merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh produsen berupa jasa atau barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2015:231) produk secara konseptual adalah pemahaman subyektif produsen atau sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetisi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk juga bisa didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksi atau operasinya. Nurul laili (diambil dari jurnal penelitian “Analisis faktor faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen tupperware”).



Penelitian ini dilakukan pada tahun 2013 pada konsumen tupperware di kampus Universitas Diponegoro. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi

*)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta

terhadap loyalitas konsumen tupperware. Faktor-faktor yang diduga berpengaruh adalah variabel kualitas produk, harga, promosi dan desain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi, dan desain merupakan faktor yang secara signifikan berpengaruh terhadap konsumen. Variabel harga merupakan yang berpengaruh terhadap terhadap loyalitas konsumen. Koefisien determinasi sebesar 0,854 menunjukkan bahwa 85,4 persen variasi loyalitas konsumen bisa di jelaskan oleh keempat variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Penelitian menyarankan agar tupperware agar tetap mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan promosi agar dapat dikenal masyarakat. Desain agar lebih menarik lagi, supaya masyarakat lebih loyal lagi dengan produk tersebut. PT astra motor Honda dari generasi kegenerasi selalu menciptakan produk dengan vareasi yang selalu inovatif dan kreatif yang selalu menangkap keinginan dan kemauan masyarakat pengguna motor honda sehingga Showroom Alfa Motor di wonokromo selalu menjual motor produk hinda yang mempunyai daya tarik tersendiri.

H2 : Diduga ada pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2015.289-290) harga memainkan peran strategik dalam pemasaran. Bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan bakal tidak terjangkau oleh pasar sasaran tertentu atau nilai konsumen menjadi rendah. Dan sebaliknya bila harga terlalu rendah, perusahaan akan sulit mendapatkan keuntungan atau sebagian konsumen mempersepsikan kualitasnya buruk. Showroom Alfa Motor di wonokromo dengan menjual khusus produk honda dengan berbagai vareasi produk sehingga menyediakan harga yang bervareasi pula sesuai dengan kemampuan masyarakat. Disamping harga yang beragam Showroom Alfa Motor di wonokromo juga bekerja sama dengan jasa yang menyediakan kredit bagi pembeli motor honda secara kredit. Dengan demikian masyarakat selalu mendapatkan solusi yang baik bila menginginkan membeli motor honda.

H3 : Diduga ada pengaruh antara harga dengan kepuasan pelanggan.

H4 : Diduga ada pengaruh antara pelayanan, produk, dan harga dengan kepuasan pelanggan.

Tingkat pendidikan adalah keseluruhan proses yang terorganisasi yang bisa bersifat formal atau yang bersifat non formal yang bertujuan mengembangkan kemampuannya, memperkaya ilmu pengetahuan, meningkatkan kualifikasi teknis/professional, atau bertujuan mengubah (ketrampilan, pengetahuan, dan kualifikasi) dalam arah yang baru dan menghasilkan perubahan dalam sikap atau perilaku dalam dua perspektif-pengembangan diri sepenuhnya dan berpartisipasi di masyarakat/tempat kerja.

Penelitian Dhina Sari Taryanti (2010), yang berjudul “Pengaruh Kompetensi, Imbalan dan Tingkat Pendidikan terhadap Kinerja Karyawan”(studi kasus pada PD BPR BKK Boyolali Kota). Yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan mempunyai pengaruh positive terhadap kinerja karyawan.

Sedangkan Karyawan di Alfa Motor Wonokromo mempunyai tingkat pendidikan yang berbeda-beda serta kemampuan dan kopetensi yang berbeda-beda mulai dari SMK, Diploma 1, dan ada yang berpendidikan sarjana.

H5 : Diduga ada pengaruh tingkat pendidikan terhadap kinerja karyawan.

Pengalaman kerja atau masa kerja adalah tingkat pengetahuan ilmu atau wawasan dan ketrampilan yang dimiliki karyawan selama dalam bekerja yang dapat diukur dari masa kerjanya dan jenis pekerjaanya dalam kurun waktu tertentu. Penelitian Nuryani ratnaningsih (2013), yang

**)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta*

berjudul “Pengaruh Pengalaman Kerja terhadap Produktivitas Kerja karyawan”(studi kasus pada PT Taspen persero kantor cabang Yogyakarta). Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengalaman kerja berpengaruh positif terhadap produktivitas karyawan.

Sedangkan Karyawan di Alfa Motor Wonokromo mempunyai pengalaman kerja yang berbeda-beda dengan lama bekerja berkisar 3 sampai 5 tahun.

H6 : Diduga ada pengaruh antara pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan.

Lingkungan kerja adalah suasana atau kondisi tempat kita bekerja baik itu fisik maupun non fisik. Lingkungan kerja dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Menurut penelitian Rodi Ahmad Ginanjar (2013), penelitiannya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi, dengan judul “Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan” (studi kasus pada Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga kabupaten Sleman). Menyatakan bahwa lingkungan kerja mempunyai pengaruh positive terhadap kinerja karyawan.

Sedangkan pada shworoom Alfa motor wonokromo mempunyai lingkunagn kerja yang sntadar dengan shworoom mator honda yang lain karena untuk mendirikan cabang shworom motor honda dengan syarat lingkungan kerja dan tempat kerja harus sesuai dengan standar dari astra.

H7 : Diduga ada pengaruh antara Lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan.

H8 : Diduga ada pengaruh antara tingkat pendidikan, pengalaman kerja dan lingkungan kerja bersama-sama terhadap kinerja karyawan.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177).

Sedangkan pada shworoom Alfa dan Bengkel AHHAS motor wonokromo dengan membangun kepuasan melalui beberapa faktor yang diupayakan.

H9 : Diduga ada pengaruh antara Kepuasan konsumen Terhadap loyalitas pelanggan

Kinerja adalah pelaksanaan fungsi-fungsi yang dituntut dari seseorang, kinerja adalah suatu perbuatan, suatu prestasi, suatu pameran umum ketrampilan”. Menurut Barry Cushway (2002 : 1998) “Kinerja adalah menilai bagaimana seseorang telah bekerja dibandingkan dengan target yang telah ditentukan”. Menurut Veizal Rivai (2004 : 309) mengemukakan kinerja adalah :“ merupakan perilaku yang nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan”.

Menurut Robert L. Mathis dan John H. Jackson Terjamahaan Jimmy Sadeli dan Bayu Prawira (2001 : 78), “menyatakan bahwa kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan karyawan”.

Sedangkan pada shworoom Alfa dan Bengkel AHHAS motor wonokromo dengan membuat kinerja karyawan tercipta dengan baik dengan cara pengembangan SDM. Dengan SDM yang baik tentunya kinerja baik sehingga akan berdampak pada loyalitas konsumen.

H10 : Diduga ada pengaruh antara kinerja karyawan. Terhadap loyalitas pelanggan

H11 : Diduga ada pengaruh antara kepuasan konsumen dan kinerja karyawan. Bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan

C. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

**)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta*

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dimana penelitian ini untuk menjawab permasalahan yang memerlukan pemahaman secara mendalam. Dalam konteks waktu dan situasi yang bersangkutan, dilakukan secara wajar dan alami sesuai dengan kondisi obyektif di lapangan tanpa ada manipulasi data. Serta jenis data yang dikumpulkan. Proses penelitian yang diantaranya melakukan pengamatan dalam kehidupan sehari-hari, berinteraksi, dengan kuisisioner dan berupaya memahami bahasa dan pendapat mereka tentang dunia sekitar. Untuk itu penelitian ini harus dilakukan terjun langsung di lapangan.

Populasi

Adalah kelompok elemen yang lengkap yang biasanya berupa orang, objek atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajari atau menjadi objek penelitian (Kuncoro, 2001: bab 3). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kabupaten Bantul yang melakukan pembelian sepeda motor Honda di shworoom Alfa motor Wonokromo dan melakukan perawatan sepeda motor Honda di AHASS yang jumlahnya tidak diketahui, serta karyawan bengkel AHAS yang jumlahnya 60 karyawan.

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dan diselidiki. Menurut (Sakran, 2000: 268) sampling adalah proses memilih sejumlah elemen dari populasi yang mencukupi untuk mempelajari sampel dan memahami karakteristik elemen populasi. Oleh karena itu, sampel yang akan diambil adalah masyarakat pembeli sepeda motor Honda di shworoom Alfa motor Honda yang melakukan jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor Honda di AHASS Wonokromo Honda Service dan seluruh karyawan AHAS yang berjumlah 60 karyawan.

Teknik pengumpulan data

Adapun tingkat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Yaitu proses pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebar sejumlah pertanyaan secara sistematis pada sejumlah responden untuk dijawab. Adapun pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan yang telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih alternatif jawaban yang ada.

Jenis data dan variabel penelitian

Jenis data

Data yang digunakan adalah data primer. Adalah data yang dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber datanya. Untuk itu data dapat diperoleh dari jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden.

Variabel penelitian

Variabel dependen

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, yang termasuk dalam variabel dependen dalam penelitian ini adalah : **Y = Loyalitas pelanggan**

Variabel independen

Adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel independen adalah : **X1 : Kepuasan Pelanggan; X2: Kinerja Karyawan**

Rancangan analisis data

Analisis regresi Linier berganda

Metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel-variabel yang memberikan sumbangan besar dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan, serta digunakan untuk menguji hipotesis yaitu untuk melihat apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel independen, variabel intervening dan variabel dependen.

**)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta*

Sedangkan untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur(path analisis). Jalur ini merupakan perluasan jalur analisis regresi linier berganda, menurut Imam Ghozali(2001) analisis jalur adalah penggunaan regresi untuk menafsirkan hubungan sebab akibat antar variabel, jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel terikat tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung yang telah ditetapkan sebelumnya sebagai teori. Anak panah akan menunjukkan hubungan antar variabel.

Uji signifikansi simultan(uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besar pengaruhnya terhadap variabel bebas(pelayanan, harga dan produk) terhadap variabel terikatnya(loyalitas). Untuk menguji uji F tes (Suranto,1998).

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

HO : Variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

H1 : Variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

Dengan dasar keputusan adalah :

- Apabila probabilitas signifikan < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima,
- Apabila probabilitas signifikan > 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak.

Uji signifikansi parameter individual (uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel pengaruh atau bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat(Ghozali, 2005). Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah atau parsial.

hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

H1 : variabel bebas secara terpisah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

H0 : variabel bebas secara terpisah tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan adalah :

- Apabila angka probabilitas signifikan < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima,
- Apabila angka probabilitas signifikan > 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak.

D. Hasil Dan Pembahasan

Hasil analisis regresi linier berganda.

- Regresi Linier berganda dengan variabel pelayanan(X1), harga(X2), produk(X3), terhadap kepuasan (Z). Mempunyai formulasi sebagai berikut :

$$Z = a_1 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \quad (1)$$

Tabel 4.17 Uji Koefisien Variabel Dependen Kepuasan

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3,555	1,098		,002
	PELAYANAN	,038	,042	,080	,370
	HARGA	,245	,069	,359	,001
	PRODUK	,261	,076	,331	,001

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan formulasi persamaan tahap pertama :

$$Z = 3,555 + 0,038 X_1 + 0,245 X_2 + 0,261 X_3$$

*)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta

Dalam persamaan regresi diatas, konstanta (Z) adalah sebesar 3,555. Maka berarti jika variabel X_1 , X_2 , X_3 , bernilai nol atau konstan. Maka kepuasan pelanggan sebesar 3,555. Serta menunjukkan nilai pengaruh variabel independen dengan variabel dependen, nilai pengaruh tersebut adalah :

1. Variabel X_1 merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan koefisien positif sebesar 0,038. Artinya setiap peningkatan variabel pelayanan sebesar 1 satuan maka akan diikuti dengan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,038. Ini berarti jika variabel X_1 semakin baik, maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
 2. Variabel X_2 merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan koefisien positif sebesar 0,245. Artinya setiap peningkatan variabel pelayanan sebesar 1 satuan maka akan diikuti dengan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,245. Ini berarti jika variabel X_2 semakin baik, maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
 3. Variabel X_3 merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan koefisien positif sebesar 0,261. Artinya setiap peningkatan variabel pelayanan sebesar 1 satuan maka akan diikuti dengan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,261. Ini berarti jika variabel X_3 semakin baik, maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Regresi Linier berganda dengan variabel tingkat pendidikan (X4), Pengalaman kerja (X5), Lingkungan kerja (X6), terhadap Kinerja Karyawan (Z2). Mempunyai formulasi sebagai berikut :

$$Z2 = a_2 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 \quad (2)$$

Tabel 4.18 Uji Koefisien Variabel Dependen kinerja karyawan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	19,780		4,517	,000
	Tot lingkungan	,226	,187	,176	,212
	Tot pengalaman	,136	,102	,195	,341
	Tot pendid	,223	,187	,149	,196

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan formulasi persamaan tahap kedua.

$$Z2 = 19,78 + 0,226X_4 + 0,136X_5 + 0,223X_6$$

Dalam persamaan regresi pada tabel 4.18 diatas, konstanta (Z2) adalah sebesar 19,78. Maka berarti jika variabel X_4 , X_5 , X_6 , bernilai nol atau konstan. Maka kinerja sebesar 19,78. Serta menunjukkan nilai pengaruh variabel independen dengan variabel dependen, nilai pengaruh tersebut adalah :

1. Variabel X_4 merupakan variabel yang mempengaruhi kinerja pelanggan dengan koefisien positif sebesar 0,226. Artinya setiap peningkatan variabel tingkat pendidikan sebesar 1 satuan maka akan diikuti dengan meningkatkan kinerja sebesar 0,226. Ini berarti jika variabel X_4 semakin baik, maka semakin meningkatkan Kinerja karyawan.
2. Variabel X_5 merupakan variabel yang mempengaruhi kinerja dengan koefisien positif sebesar 0,136. Artinya setiap peningkatan variabel pengalaman kerja sebesar 1 satuan

*)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta

- maka Ini berarti jika variabel X5 semakin baik, maka semakin meningkatkan kinerja karyawan, maka akan diikuti dengan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,136.
3. Variabel X6 merupakan variabel yang mempengaruhi Kinerja dengan koefisien positif sebesar 0,223. Artinya setiap peningkatan variabel Lingkungan kerja sebesar 1 satuan maka akan diikuti dengan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,223. Ini berarti jika variabel X6 semakin baik, maka semakin meningkatkan Kinerja karyawan.
- c. Regresi Linier berganda dengan variabel kepuasan (Z1), Kinerja Karyawan(Z2), terhadap Loyalitas pelanggan (Y). Mempunyai formulasi sebagai berikut :

$$Y = a_2 + b_1Z_1 + b_2Z_2 \quad (3)$$

Tabel 4.19 Uji Koefisien Variabel Dependen Loyalitas Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	10,511	5,190		2,025	,048
Tot Kinerja	,278	,178	,237	1,568	,023
Tot kepuasan	,068	,125	-,123	-,816	,42

$$Y = 10,511 + 0,689Z_1 + 0,278Z_2$$

Dalam persamaan regresi diatas, konstanta (Y) adalah sebesar 10,511. Maka berarti jika variabel Z1 dan Z2 bernilai nol atau konstan. Maka loyalitas pelanggan sebesar 10,511.

Variabel Z1 merupakan variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan(Y) dengan koefisien positif sebesar 0,689. Artinya setiap peningkatan variabel Kepuasan pelanggan sebesar 1 satuan maka akan diikuti dengan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,689. Ini berarti jika kepuasan semakin baik, maka semakin meningkatkan loyalitas pelanggan.

Variabel Z2 merupakan variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan (Y) dengan koefisien positif sebesar 0,278. Artinya setiap peningkatan variabel kinerja karyawan sebesar 1 satuan maka akan diikuti dengan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,278. Ini berarti jika kepuasan semakin baik, maka semakin meningkatkan loyalitas pelanggan.

4.3.5. Uji F

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen digunakan uji F. Analisis dari uji F (serentak) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan bahwa variabel independen (kepuasan pelanggan dan kinerja karyawan) mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Dari uji F menggunakan SPSS dihasilkan pengujiannya sesuai tabel 4.20, di bawah ini :

Tabel 4.20 Uji F Variabel Dependen Kepuasan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,499	2	7,749	1,229	.003*
	Residual	359,484	57	6,307		
	Total	374,983	59			

a. Predictors: (Constant), Tot Kinerja, Tot kepuasan
b. Dependent Variable: Tot loyalitas

Hasil uji F pada tabel 4.20 diperoleh signifikasinya sebesar 0,003. Karena nilai signifikasinya kurang dari 0,05 maka H1 diterima. Artinya variabel independen (kepuasan

*)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta

pelanggan dan kinerja karyawan) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas Pelanggan).

Uji T

Analisis dari hasil uji t (parsial) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Dengan tingkat signifikansi 0,05.

- a. Uji T untuk variabel Pelayanan, Harga dan Produk terhadap Kepuasan
 1. Pengujian koefisien regresi pada variabel pelayanan terhadap variabel kepuasan.
Hasil pengujian signifikansi pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa variabel pelayanan terdapat nilai 0,370, yang berarti nilai variabel pelayanan lebih besar dari nilai tingkat signifikansi ($0,370 > 0,05$). Nilai tersebut membuktikan bahwa H_0 diterima yang berarti bahwa variabel pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
 2. Pengujian koefisien regresi pada variabel harga terhadap variabel kepuasan.
Hasil pengujian signifikansi pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa variabel harga terdapat nilai 0,001, yang berarti nilai variabel harga lebih kecil dari nilai tingkat signifikansinya ($0,001 < 0,05$). Nilai tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa variabel harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel kepuasan.
 3. Pengujian koefisien regresi pada variabel produk terhadap variabel kepuasan.
Hasil pengujian signifikansi pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa variabel produk mempunyai nilai 0,001, yang berarti nilai variabel harga lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi ($0,001 < 0,05$). Nilai tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti variabel harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel kepuasan.
- b. Uji T untuk Tingkat pendidikan, Pengalaman Kerja dan Lingkungan kerja terhadap Kinerja karyawan
 1. Pengujian koefisien regresi pada tingkat pendidikan terhadap kinerja karyawan.
Hasil pengujian signifikansi pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa variabel kepuasan mempunyai nilai signifikansi 0,003, yang berarti $0,003 < 0,05$. Nilai tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kinerja.
 2. Pengujian koefisien regresi pada Pengalaman kerja terhadap variabel kinerja.
Hasil pengujian signifikansi pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa variabel pelayanan mempunyai nilai signifikansi 0,002, yang berarti $0,002 < 0,05$. Nilai tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa pengalaman kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja.
 3. Pengujian koefisien regresi pada lingkungan kerja terhadap kinerja.
Hasil pengujian signifikansi pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai nilai signifikansi 0,024, yang berarti $0,024 < 0,05$. Nilai tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kinerja.
- c. Uji T untuk Kinerja Karyawan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan.
 1. Pengujian koefisien regresi pada Kinerja terhadap variabel loyalitas.
Hasil pengujian signifikansi pada tabel 4.19 menunjukkan bahwa variabel produk mempunyai nilai signifikansi 0,023, yang berarti $0,023 < 0,05$. Nilai tersebut

*)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta

membuktikan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengujian koefisien regresi pada kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pengujian signifikansi pada tabel 4.19 menunjukkan bahwa variabel produk mempunyai nilai signifikansi 0,042, yang berarti $0,042 < 0,05$. Nilai tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Analisis koefisien determinasi (R Square)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi berganda atau R^2 . Hasil uji determinasi dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.21 Koefisien Determinasi Variabel Dependen Kepuasan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,649 ^a	,421	,403	1,124

a. Predictors (Constant), PRODUK, PELAYANAN, HARGA

Hasil pengujian determinasi dengan kepuasan sebagai variabel dependen pada tabel 4.21 menunjukkan bahwa nilai determinan (R^2) = 0,421 yang artinya bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat sebesar 42,1% sisanya 57,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Tabel 4.22 Uji Koefisien Determinasi Variabel Kinerja karyawan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,359(a)	,129	,082	2,052	1,313

Hasil pengujian determinasi dengan loyalitas sebagai variabel dependen pada tabel 4.22 menunjukkan bahwa nilai determinan (R^2)=0,129 yang artinya bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat sebesar 12,9% sisanya 87,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Tabel 4.23 Uji Koefisien Determinasi Loyalitas Pelanggan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,203(a)	,041	,008	2,511	1,805

Hasil pengujian determinasi dengan loyalitas sebagai variabel dependen pada tabel 4.23 menunjukkan bahwa nilai determinan (R^2) = 0,41 yang artinya bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat sebesar 41% sisanya 59% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Pembahasan

1. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi pelayanan 0,370. Ini mempunyai arti bahwa pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan. Hal tersebut bila ditingkatkannya pelayanan (kesopanan, keramahan, kecepatan layanan), tetap tidak ada pengaruh yang signifikan dalam kepuasan konsumen motor honda. Hal tersebut tidak didukung oleh penelitian Dwi Aryani dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan” pada tahun

*)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta

2010. Hasil penelitian ini Hasil ini menunjukkan bahwa layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan
Berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel harga mempunyai signifikansi 0,001. Ini mempunyai arti bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pembeli motor honda. Apabila terjadi perubahan harga semakin terjangkau, harga sesuai produk yang dihasilkan dan harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh maka kepuasan konsumen pembeli honda semakin meningkat, hal tersebut didukung dengan penelitian Nurul laili (jurnal penelitian “Analisis faktor faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen tupperware”). Penelitian ini dilakukan pada tahun 2013 pada konsumen tupperware di kampus Universitas Diponegoro.
Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi, dan desain merupakan faktor yang secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan
Berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi produk 0,001. Ini mempunyai arti bahwa produk berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan. Apabila terjadi peningkatan daya tahan produk sesuai yang diharapkan dan kualitas produk semakin baik maka kepuasan akan semakin meningkat bagi pembeli motor honda, hal tersebut didukung oleh penelitian Nurul laili (jurnal penelitian “Analisis faktor faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen tupperware”). Penelitian ini dilakukan pada tahun 2013 pada konsumen tupperware di kampus Universitas Diponegoro.
Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi, dan desain merupakan faktor yang secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
4. Pengaruh tingkat pendidikan terhadap kinerja karyawan
Berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel tingkat pendidikan 0,003. Ini mempunyai arti bahwa tingkat pendidikan berpengaruh positif mempengaruhi kinerja karyawan. Apabila tingkat pendidikan semakin tinggi, maka kinerja karyawan semakin baik, hal tersebut didukung oleh penelitian Dhina Sari Taryanti (2010), yang berjudul “Pengaruh Kompetensi, Imbalan dan Tingkat Pendidikan terhadap Kinerja Karyawan”(studi kasus pada PD BPR BKK Boyolali Kota). Yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan mempunyai pengaruh positive terhadap kinerja karyawan
5. Pengaruh Pengalaman Kerja terhadap kinerja karyawan
Berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengalaman kerja 0,002. Ini mempunyai arti bahwa pengalaman kerja berpengaruh positif mempengaruhi kinerja karyawan. Apabila pengalaman kerja semakin banyak, maka kinerja karyawan semakin baik,
Hal tersebut didukung oleh penelitian Penelitian Nuryani ratnaningsih (2013), yang berjudul “Pengaruh Pengalaman Kerja terhadap Produktivitas Kerja karyawan”
6. Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap kinerja karyawan
Berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi Lingkungan kerja 0,024. Ini mempunyai arti bahwa Lingkungan kerja berpengaruh positif mempengaruhi kinerja karyawan. Apabila lingkungan kerja nyaman, maka kinerja karyawan semakin baik, hal tersebut didukung oleh penelitian Penelitian Rodi Ahmad Ginanjar (2013), penelitiannya yang judul “Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan” (studi kasus pada Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga kabupaten Sleman). Menyatakan bahwa lingkungan kerja mempunyai pengaruh positive terhadap kinerja karyawan.

*)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta

7. Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Loyalitas Konsumen
Berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi kinerja karyawan 0,023. Ini mempunyai arti bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif mempengaruhi kinerja karyawan. Apabila kinerja karyawan semakin baik, maka loyalitas konsumen semakin baik.
8. Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen
Berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi kepuasan pelanggan 0,042. Ini mempunyai arti bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif mempengaruhi loyalitas konsumen. Apabila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka loyalitas konsumen semakin kuat, hal tersebut terdukung oleh penelitian Elita Mieke Wijaya (diambil dari jurnal penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kepuasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Waterpark Semawis Semarang.
9. Pengaruh kinerja karyawan dan Kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap Loyalitas Konsumen
Berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi kepuasan pelanggan 0,003. Ini mempunyai arti bahwa kinerja karyawan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif mempengaruhi loyalitas konsumen. Apabila kinerja karyawan dan kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka loyalitas konsumen semakin kuat.

E. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pengaruh pelayanan, harga, produk terhadap kepuasan pelanggan pada dealer Honda dan pengaruh tingkat pendidikan, pengalaman kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan, serta kinerja karyawan dan kepuasan konsumen terhadap Loyalitas konsumen di kabupaten Bantul, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Hasil analisis uji t dengan menggunakan spss dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan untuk harga dan produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
2. Hasil analisis uji t dengan menggunakan spss dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan, pengalaman kerja dan lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan.
3. Hasil analisis uji t dengan menggunakan spss dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen.
4. Hasil analisis uji f dengan menggunakan spss dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa selain produk honda yang mempengaruhi konsumen untuk selalu bertahan menggunakan produk honda juga fasilitas pendukung seperti bengkal AHHAS juga sangat mendukung loyalitas konsumen.

*)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta

F. REFERENSI

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2007 *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Ali, Muhson. 2008. *Pedoman Praktikum Aplikasi Komputer*. Yogyakarta: FISE UNY.
- Aryani, Dwi. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal penelitian. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Badri Munir Sukoco, *Manajemen Administrasi Perkantoran Modern*. Surabaya: Erlangga, 2007.
- Bernadin, H. John & Joice E, A. Russel, 2000. *Human Resource Management*. McGraw-Hill, Inc
- Budi, Prawira.B. 2006. SPSS 13.0 *Statistik Parametrik*. Yogyakarta: ANDI.
- Cooper, DR. And Emory, C W. 1995. *Business Research Methods 5th Edition* Richard D. Irwin Inc.
- Davis, D., & Cosenza, R.M. 1993. *Business Research for Decision Making*, Belmont: PWS – KENT Publishing Company.
- DWI ARYANI dan FEBRINA ROSINTA *Bisnis & Birokrasi*, Jurnal Ilmu administrasi dan Organisasi, Volume 17, Nomor 2 Mei–Agus 2010, hlm. 114-126 ISSN 0854-3844
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Griffin, Jill. 2003. Customer Loyalty : *Menimbulkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga.
- Handoko, Hani T.. 1984. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. BPFE. Yogyakarta
- Hariandja, Marihot T.E, 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo
- Hufron. 2008. *Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Jasa pada Hotel Surya Asia Wonosobo*. Skripsi. Yogyakarta : UII.
- Husein, Umar : *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pusat
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 1994. Marketing Management : *Analysis, Planning, Implementation Control, Edition 8*, New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 12*, New Jersey : PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Melenium*. Jakarta : PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi kedelapan*, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen pemasaran, edisi melenium pertama*, PT. Ikrar mandiriabadi.
- Laili, Nurul. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware*. Jurnal penelitian. Semarang : Universitas Diponegoro.
- M. Iqbal Hasan. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta.
- Martoyo, Susilo. (2007). *Manajemen Sumber Daya manusia, Edisi 5*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE.

*)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta

- Mudrajad, Kuncoro. 2001. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- Nawawi, Hadari. (2006). Evaluasi dan manajemen kinerja di lingkungan perusahaan dan industri. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Laili Nur dan Wijayanto Andi. 2013. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware*. Jurnal administrasi Bisnis, 2009, 2 (1)
- Olson.J. 2003. *Data Qualiti: The accurasi Dimention, Esevier*.
- Rivai, Veithzal dan Sagala, Ella Jauvani. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Robbins, P. Stephen. (2002). *Prinsip-prinsip perilaku organisasi. Edisi Indonesia Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks Gramedia Grup.
- Sekaran, Uma. 2000. *Reseach Methods For Business, Akill-Building Approach. Amerika : Thirt Edition*, John Wiley & Sous, Inc.
- Siagian Sondang P., 2002. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*, Cetakan Pertama, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *STRATEGI PEMASARAN, edisi 4*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi.
- Utomo, Tri Widodo W., 2008 *Analisis Kebutuhan Pegawai. Diakses 10 Desember 2016 ;*
<http://www.shdeshare.net/triwidodoutomo/analisis-beban-kerja>.
- Undang-undang RI No 20 Tahun 2003 tentang *Sistem Pendidikan Nasional*
- Valerie A. Zeithman & Mary Jo Bithner. 2008. *Service Marketing. The MC Grow Hill Companies, Inc.*
- Wilaya, Elita.M. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen, dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Wirawan. (2009). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Teori Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta. Penerbit: Salemba Empat.
- Zikmud, WG. 2000. *Business Research Methods. 6 Edition*. Philadelphia : The Dryden Pressa.
- Zulian, Yamit. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta : Ekonisia.
http://www.astra-honda.com/about/?p_id=2
<https://www.scribd.com/document/370953221/Nuryani-Ratnaningsih-10409134030>

*)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta

**)Penulis adalah Dosen STIE SBI Yogyakarta*