

ABSTRAK

Nurul Fajar Muawal 1168020213: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pelanggan Bengkel Cipicung Motor Baleendah Bandung)”

Penelitian ini dilatarbelakangi karena semakin berkembangnya dunia bisnis terutama pada bidang otomotif. Beberapa perusahaan jasa bengkel motor muncul dengan menampilkan produk jasa yang hampir sama atau sejenis, sehingga membuat perusahaan berlomba - lomba menawarkan pelayanan yang beragam dan terbaik demi membuat pelanggan loyal terhadap produk jasa yang berikan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen; 2) pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen; 3) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen; dan 4) pengaruh mediasi kepuasan konsumen pada hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen bengkel Cipicung Motor Baleendah Bandung. Dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan menggunakan teori Lupiodyadi (2001), variabel kepuasan konsumen menggunakan teori Kertajaya (2014), variabel loyalitas konsumen menggunakan teori Zikmund (2007), dan variabel mediasi kepuasan menggunakan teori Bloemar & Kasper (1995).

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini dikategorikan kedalam penelitian pengujian hipotesis. Berdasarkan hubungan antar variabelnya, penelitian ini merupakan penelitian *kausal* atau sebab akibat Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey*. Penelitian ini menggunakan teknik *Probability sampling* dengan metode *incidental sampling* pada pengambilan sampelnya. Analisis data menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien beta sebesar 0,582 dan tingkat signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$). Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai koefisien beta sebesar 0,389 dan tingkat signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$). Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan nilai koefisien beta sebesar 0,451 dan tingkat signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$). Kepuasan konsumen memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan *Zvalue* sebesar 5,195 ($5,195 > 1,96$).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen