

Jurnal Manajemen dan Ekonomi Terapan

<https://ojs.inlic.org/index.php/jmet>

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walendrang

Adianta^{1*}, Nurjannah¹, Rudianto¹

¹ Program Studi Manajemen, Universitas Andi Djemma Palopo

*Correspondent Email: adianta14@gmail.com

Abstrak

Perusahaan dalam mempertahankan konsumen merupakan satu prestasi tersendiri yang mencerminkan kehandalan perusahaan tersebut dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan perusahaan baik barang maupun jasa. Salah satu usaha yang sekarang ini banyak diminati masyarakat yaitu usaha di bidang jasa seperti bengkel kendaraan bermotor. Penelitian ini dilakukan pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walendrang. Waktu penelitian ini diperkirakan dilakukan dalam waktu kurang lebih dua bulan yaitu pada bulan Januari – Februari 2023. Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda sebagaimana yang telah diuraikan pada hasil dan pembahasan yaitu 1) Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walendrang. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walendrang. 3) Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walendrang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Pelanggan

Abstract

The company in retaining consumers is an achievement in itself which reflects the company's reliability in maintaining the quality of the products produced by the company, both goods and services. One of the businesses that is currently in great demand by the public is business in the service sector such as motorized vehicle repair shops. This research was conducted at the Revan Motor Workshop in Lalong Village, Walendrang District. The time of this research is estimated to be conducted in approximately two months, namely in January-February 2023. Based on data processing using multiple linear regression analysis as described in the results and discussion that: 1) Quality of service and price significant effect on customer loyalty at the Revan Motor Workshop in Lalong Village, Walendrang District. 2) Service quality has a significant effect on customer loyalty at the Revan Motor Workshop in Lalong Village, Walendrang District. 3) Price has a significant effect on customer loyalty at the Revan Motor Workshop in Lalong Village, Walendrang District..

Keywords: Service Quality, Price, Customer Loyalty

1. Pendahuluan

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Perusahaan dalam mempertahankan konsumen merupakan satu prestasi tersendiri yang mencerminkan

kehandalan perusahaan tersebut dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan perusahaan baik barang maupun jasa. Salah satu usaha yang sekarang ini banyak diminati masyarakat yaitu usaha di bidang jasa seperti bengkel kendaraan bermotor.

Ketepatan strategi yang digunakan merupakan faktor penentu keberhasilan bengkel dalam memasarkan produk dan jasanya. Dalam menentukan strategi pemasaran, pihak pemasar perlu mengkaji setiap karakteristik perilaku konsumen. Dengan mengetahui alasan yang mendasar mengapa konsumen melakukan pembelian, maka dapat diketahui strategi yang tepat untuk digunakan.

Konsumen mempertimbangkan apakah mereka membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen dengan mempertimbangkan harga dan kualitas yang diberikan. Setiap konsumen mempunyai pandangan yang berbeda tentang pelayanan yang diberikan oleh setiap produsen (kecepatan pelayanan, kesopanan salesman, jangka waktu pelunasan kredit, dan perhatian produsen terhadap keinginan perseorangan) (Nurjannah et al, 2021). Pada banyak kasus konsumen akan menganggap harga tertinggi sebagai tanda barang atau jasa yang dibeli memiliki kualitas produk pelayanan yang baik dan menolak barang pengganti. Berbeda dengan barang yang memiliki harga yang lebih rendah yang ditawarkan produsen kepada konsumen, maka konsumen akan menganggap bahwa barang tersebut akan memiliki kualitas yang kurang baik begitu juga pelayanan yang akan diterima konsumen akan kurang baik pula, hal ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap tingkat penjualan produsen.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan (Irwan & Haryono, 2015). Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, sedangkan kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat penemuan ini bisa lebih atau kurang. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui (Tjiptono, 2011).

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Perusahaan harus menetapkan harga secara tepat agar dapat sukses dalam memasarkan barang atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lain (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya. Disamping itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat (Tjiptono et.al, 2006).

Menurut Osmon dalam Mushanto (2008) loyalitas pelanggan adalah suatu dorongan atau perilaku untuk melakukan pembelian secara terus menerus dan dapat membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa yang diperoleh oleh badan usaha tersebut yang dapat membutuhkan jumlah waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang terjadi terus-menerus.

Terdapat beberapa artikel dalam jurnal penelitian yang membahas mengenai hubungan kualitas pelayanan dan harga produk terhadap loyalitas pelanggan. Seperti yang dilakukan oleh Tiong (2018) dan Tombeng et.al (2019). Tiong (2018) membahas mengenai "Pengaruh

Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Primagum Sejati” yang dilakukan di Makassar menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Tombeng et.al (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Walendrang merupakan salah satu daerah yang semakin meningkat pengguna kendaraannya baik itu roda dua maupun roda empat ataupun transportasi umum sehingga banyak pula bengkel yang berdiri di Walendrang Hampir di seluruh daerah-daerah di ndrang terdapat bengkel baik yang berbentuk besar maupun yang sederhana, terus tumbuhnya industri bengkel di Walendrang selain di dorong oleh perkembangan ekonomi masyarakatnya, juga dipicu oleh perkembangan gaya hidup masyarakat dan para pendatang baik itu wisatawan maupun pelajar. Meningkatnya pengguna kendaraan masyarakat Walendrang yang digunakan sebagai alat transportasi pribadi maupun umum untuk mempermudah akses ke suatu tempat baik itu tempat kerja, kampus, sekolah maupun tempat lain. Hal ini semakin mendukung meningkatnya bisnis bengkel di Walendrang Saat ini perusahaan-perusahaan jasa saling bersaing memperebutkan perhatian konsumen agar menggunakan produknya dengan memberikan kualitas pelayanan yang beraneka ragam, mulai dari produk yang memiliki sertifikat jaminan dalam jangka waktu tertentu, pelayanan yang ramah kepada setiap pelanggan dan lain-lain.

Peningkatan kualitas layanan selalu dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi kepuasan pelanggannya. Dari pernyataan diatas menggambarkan betapa pentingnya kualitas pelayanan dan harga pruduk untuk mempertahankan pelanggan sehingga dapat menunjukkan bagaimana kinerja atau hasil kerja perusahaan dilihat dari kacamata pelanggannya. Bengkel Revan Motor sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa tentu saja tidak lepas dari uraian di atas. Untuk itu bengkel itu perlu menetapkan strategi yang berorientasi pada pelanggan dan menempatkan kualitas pelayanan dan harga produk prioritas utama dalam loyalitas pelanggan.

2. Metodologi

Penelitian ini di lakukan pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walendrang. Waktu penelitian ini diperkirakan dilakukan dalam waktu kurang lebih dua bulan yaitu pada bulan Januari – Februari 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walenrang. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 35 responden. Metode pemelihan sampel yang digunakan adalah sampling *incidental* yaitu teknik kemampuan sampel berdasarkan kebetullan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012) sampel yang diambil dari populasi yang ada.

3. Hasil dan Pembahasan

A. Hasil

Kuesioner yang disebar dalam penelitian ini sebanyak 35 kuesioner, dan setelah dilakukan penelitian selama kurang lebih dua bulan semua item dalam kuesioner tersebut dikembalikan dan diisi dengan lengkap oleh responden, sehingga kuesioner tersebut keseluruhannya dapat diolah lebih lanjut.

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Tabel 1. karakteristi responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah responden	Presentase
1	Pria	25	71%
2	Wanita	10	29%
	Jumlah	35	100%

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa pada karakteristik jenis kelamin, konsumen pria lebih mendominasi dibanding dengan konsumen perempuan, yaitu sebesar 71% laki-laki lebih dominan datang di Bengkel Revan Motor pada dasarnya pria yang paling mengerti tentang otomotif.

b. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. karakteristi responden berdasarkan usia

No	Umur	Jumlah responden	Presentase
1	17-25 tahun	7	20%
2	26-33 tahun	18	51%
3	>34 tahun	10	29%
	Jumlah	35	100%

Berdasarkan pengelolaan data yang dilakukan, menunjukkan bahwa responden yang berusia 26-33 tahun mendominasi dengan presentase sebesar 51% sedangkan usia 17-25 tahun di presentasikan dengan angka 20% adapun yang mendominasi kedua yaitu kalangan usia >34 tahun sebesar 29% maka dari itu usia 26-33 tahun di anggap bahwa usia produktif dalam penggunaan alat-alat sepeda motor yang berasal dari berbagai kalangan.

c. Responden berdasarkan pekerjaan

Tabel3. karakteristi responden berdasarkan usia

No	Pekerjaan	Responden	Presentasi
1	Wiraswasta	19	54%
2	PNS	10	29%
3	IRT	6	17%
	Jumlah	35	100%

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan menunjukkan bahwa responden yang berprofesi sebagai wiraswasta lebih dominan yaitu 54%. karakteristik profesi berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa wiraswasta masih mendominasi hasil penjualan Bengkel Revan Motor dikarenakan responden yang berprofesi sebagai wirausaha, pekerja kantoran datang ke Bengkel Revan untuk service kendaraannya.

Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas pelayanan (X1)

Table 4. hasil jawaban kualitas pelayanan terhadap indikator berwujud

No	Pernyataan/ pertanyaan	Jawaban					Rata-rata	Keterangan
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)		
1.	Bengkel Revan Motor menyediakan ruang tunggu untuk para konsumen	0	0	1	22	12	3,08	Cukup Setuju
2.	Bengkel Revan Motor menyediakan tempat parkir yang memadai	0	0	5	19	11	4,17	Setuju
3.	Bengkel Revan Motor menyediakan toilet	0	0	6	24	5	3,97	Setuju
Rata-Rata							3,74	Setuju

Pada tabel persepsi mengenai berwujud dimana nilai rata-rata **3,74**. Mengenai persepsi responden terhadap indikator berwujud dengan pernyataan tertinggi yaitu pernyataan kedua sebesar 4,17 dengan kategori setuju. Artinya bahwa Bengkel Revan Motor menyediakan tempat parkir yang memadai.

Analisis Tanggapan Responden Terhadap Indikator Harga (X2)

Jawaban Responden Terhadap Indikator Keterjangkauan Harga

Table 5. hasil jawaban harga terhadap indikator keterjangkauan harga

No	Pernyataan/Pertanyaan	Jawaban					Rata-rata	Keterangan
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)		
1.	Harga yang diterapkan Bengkel Revan Motor sesuai dengan yang terjadi di pasaran	0	0	4	22	9	4,14	Setuju
2.	Harga produk Bengkel Revan Motor terjangkau untuk kelas menengah	0	0	17	15	3	3,06	Cukup Setuju

	kebawah								
3.	Dibandingkan bengkel lain harga produk di Bengkel Revan Motor lebih terjangkau	0	0	4	23	8	4,11	Setuju	
Rata-rata							3,77	Setuju	

Pada tabel 5 persepsi mengenai keterjangkauan harga dimana nilai rata – rata **3,77**. Mengenai persepsi responden terhadap indikator keterjangkauan harga dengan pernyataan tertinggi yaitu pernyataan pertama sebesar 4,14 dengan kategori setuju. Artinya bahwa harga yang diterapkan Bengkel Revan Motor sesuai dengan yang terjadi di pasaran.

Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Analisis Indikator Terhadap Kepercayaan (*Trust*)

Tabel 6. hasil jawaban kepuasan pelanggan terhadap indikator kepercayaan (*trust*)

No	Pernyataan/ pertanyaan	Jawaban					Rata-rata	Keterangan
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)		
1.	Konsumen akan melakukan pembelian ulang pada Bengkel Revan Motor	0	0	6	12	7	2,88	Cukup setuju
2.	Konsumen lebih sering melakukan pembelian pada Bengkel Revan Motor	0	0	1	33	1	4,00	Setuju
3.	Bengkel Revan Motor berbeda dengan yang lain	0	0	3	14	16	4,14	Setuju
Rata-rata							3,67	Setuju

Pada tabel diatas persepsi mengenai kepercayaan (*trust*) dimana nilai rata – rata **3,67**. Mengenai persepsi responden terhadap indikator kepercayaan (*trust*) dengan pernyataan tertinggi yaitu pernyataan ketiga sebesar 4,14 dengan kategori setuju. Artinya bahwa Bengkel Revan Motor berbeda dengan yang lain.

Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji validitas

Instrument dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diteliti. Teknik yang digunakan untuk uji validitas ini adalah korelasi produk moment atau *pearson correlation* dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=0,05$) atau r tabel (0,275) dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing item dengan skor totalnya. Uji validitas ini menggunakan aplikasi program SPSS.25, yaitu dapat dikatakan semua pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan loyalitas pelanggan (Y) kuesioner

dinyatakan valid. Hal ini disebabkan karena nilai r hitung lebih besar dari r table atau r hitung $> 0,275$. Dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

	Variabel	Nilai r	Standar	Keterangan
X1	X1.1	0.380	0.334	Valid
	X1.2	0.440	0.334	Valid
	X1.3	0.371	0.334	Valid
	X1.4	0.597	0.334	Valid
	X1.5	0.403	0.334	Valid
	X1.6	0.681	0.334	Valid
	X1.7	0.544	0.334	Valid
	X1.8	0.471	0.334	Valid
	X1.9	0.612	0.334	Valid
	X1.10	0.395	0.325	Valid
	X1.11	0.582	0.334	Valid
	X1.12	0.364	0.334	Valid
X2	X2.1	0.499	0.334	Valid
	X2.2	0.508	0.334	Valid
	X2.3	0.487	0.334	Valid
	X2.4	0.426	0.334	Valid
	X2.5	0.405	0.334	Valid
	X2.6	0.533	0.334	Valid
	X2.7	0.732	0.334	Valid
	X2.8	0.682	0.334	Valid
	X2.9	0.597	0.334	Valid
	X2.10	0.422	0.334	Valid
	X2.11	0.530	0.334	Valid
	X2.12	0.566	0.334	Valid
Y	Y.1	0.587	0.334	Valid
	Y.2	0.504	0.334	Valid
	Y.3	0.515	0.334	Valid
	Y.4	0.436	0.334	Valid
	Y.5	0.445	0.334	Valid
	Y.6	0.391	0.334	Valid
	Y.7	0.390	0.334	Valid
	Y.8	0.409	0.334	Valid
	Y.9	0.363	0.334	Valid

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. SPSS 25 memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic yang apabila $cronbach\ alpha > 0,60$, maka kuesiner pada variable dinyatakan reliable. (Ghozali, 2005:41-

42). Adapun hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap instrument pada penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel berikut.

Table 8. hasil uji reliabilitas kualitas pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.698	12

Table 9. hasil uji reliabilitas harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	12

Table 10. hasil uji reliabilitas loyalitas pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.718	9

Dari tabel tersebut dijelaskan bahwa hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa data pada penelitian ini dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.

B. Pembahasan

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walenrang. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walenrang. Sehingga kualitas pelayanan dan harga ditingkatkan maka loyalitas pelanggan pun akan meningkat akan semakin meningkat.

Hal ini serupa dengan teori yang dikemukakan Parasuraman dalam Tjiptono (2016), terdapat faktor yang mempengaruhi sebuah layanan adalah layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima. Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika layanan yang diharapkan melebihi layanan yang diterima, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila layanan diterima lebih jelek dibandingkan layanan diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negative atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Mahmoedin (2015) tentang pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen atau pelanggan. Alma (2011), harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. Berdasarkan pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa. Harga adalah sejumlah uang yang

dibebankan atas suatu produk yang ditukar konsumen atas keunggulan yang dimiliki produk tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniasih (2012) dengan judul penelitian tentang Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). Hasil penelitian bahwa pengaruh langsung harga terhadap loyalitas lebih besar dari pada pengaruh tidak langsungnya. Sedangkan pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas lebih besar dari pada pengaruh pengaruh tidak langsungnya. Pengaruh total harga terhadap loyalitas lebih kecil dari pada pengaruh total kualitas pelayanan terhadap loyalitas.

Prasetio (2012) dengan judul penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT TIKI Cabang Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan dan semakin kompetitif harga jasa yang ditetapkan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. TIKI Cabang Semarang.

Maulana (2011) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI. Hasil penelitian terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.TOL kedua terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT.TOL ketiga terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga pada bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT.TOL ketiganya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga pada memberi kontribusi pada kepuasan pelanggan pada PT.TOL.

Gofur (2012) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indosteger Jaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan harga (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). hasil lainnya bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda sebagaimana yang telah diuraikan pada hasil dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu (1) kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walenrang, (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walenrang, (3) Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walenrang.

5. Ucapan Terima Kasih

Dengan selesainya penelitian ini, saya ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, dosen/staf Universitas Andi Djemma Palopo serta teman-teman yang telah membantu dan memberikan masukan dan saran.

6. Daftar Pustaka

- Chandra, F. (2001). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 3, Vol. 2: 85-95.
- Fariza, D. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan GSM Indosat di Kota Semarang. *Universitas Diponegoro, Semarang*.
- Ferdinand. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firatmadi. (2010). *pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus PT. Pelita Air Service)*.
- Goetsch dan Davis. (2013). *Manajemen Pemasaran* penerjemah: PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta Indonesia.
- Gofur. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indoteger Jaya*.
- Hasan, A. (2015). *Marketing* penerbit MedPress (Anggota IKAPI), Yogyakarta.
- Irwan, I., & Haryono, D. (2015). *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Teoritis dan Aplikatif)*. Alfabeta Bandung
- Kotler dan Armstrong, (2011), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2011) *manajemen pemasaran* Edisi keempat. Bandung: Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. (2012), *Metode Kuantitatif*, Yogyakarta: AMP YKPN.
- Kurniasih. (2012). Pengaruh *harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan* (studi pada bengkel Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang. *Jurnal admistrasi bisnis*. 1 (1).
- Noerani, I.A. (2016). *Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan* Jne Surabaya. *Jurnal ilmu dan Riset Manajemen* 5 (5): 7-16
- Nurjannah, N., Angreyani, A. D., Supri, B., Musakirawati, M., & Marwan, M. (2022). We are the Champions: Towards Athlete Achievement, Sports Promotion, and Sports Stress Management. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*,
- Nurjannah, (2021) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Golden & Cake Kota Palopo. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 85-95
- Prasetio. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT TIKI cabang Semarang. *Jurnal Ilmiah Magister Administrasi*
- Sugiyono, (2014), *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabetha, Bandung.
- Suprpto, J. (2011), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2012), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI.
- Utami. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Jasa. *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 15, No. 2.