

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo

by Muhammad Ilham

Submission date: 20-Jun-2023 07:35PM (UTC+0800)

Submission ID: 2119652605

File name: er_Yamaha_Surya_Inti_Putra_SIP_Pahlawan_Kota_Probolinggo_1.docx (555.04K)

Word count: 3800

Character count: 23340



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PELAYANAN PRIMA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA DEALER YAMAHA SURYA INTI PUTRA (SIP)
PAHLAWAN KOTA PROBOLINGGO**

Muhammad Ilham¹⁾, Joni Hendra^{2)*}, Tatik Amani³
Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Panca Marga

*) jonihendra@upm.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk memastikan apakah secara parsial ada dampak pada kualitas barang, image merek dan pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan pada Yamaha dealer surya inti putra. Jenis studi yang dilakukann adalah kuantitatif asosiatif kausal. Dengan variabel X_1 kualitas Produk, X_2 Citra Merek, X_3 Pelayanan Prima dan variabel Y Loyalitas Pelanggan. Konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha di dealer Surya Inti Putra (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo adalah populasi penelitian ini selama 3 bulan yaitu dari tanggal bulan 1 November 2022 s/d 31 Januari 2023 dengan populasi sebanyak 157 konsumen. Sampling incidental digunakan, dengan sampel 40 individu. Hipotesis penelitian adalah uji reliabilitas dan validitas, normalitas, multikolonieritas, heteroskedastisitas, autokorelasi, uji t (parsial), dan analisis determinasi (R^2). Hasil pembahasan menunjukan bahwa : 1) Kualitas produk memengaruhi loyalitas pelanggan pada distributor Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo, 2) Loyalitas pelanggan Dealer Yamaha Surya Inti Putra sangat dipengaruhi oleh citra merek (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo, 3) Pelayanan prima ⁴² memengaruhi loyalitas konsumen di toko Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo. **Kata Kunci:** Kualitas produk, reputasi merek, layanan prima, dan loyalitas konsumen.

ABSTRACT

The purpose of the research is partial impact on product the impact of quality, brand recognition, and superior customer service at Yamaha solar core dealers . The type of study conducted is quantitative associative causal. With variable X_1 Product quality, X_2 Brand Image, X_3 Excellent Service and variable Y Customer Loyalty. Consumers who buy Yamaha motorcycles at the Surya Inti Putra (SIP) Pahlawan dealer in Probolinggo City are the population of this study for 3 months, namely from November 1, 2022 to January 31, 2023 with a population of 157 consumers. Incidental sampling was used, with a sample of 40 individuals. The research hypothesis is a test of reliability and validity, normality, multicolonicity, heteroscedasticity, autocorrelation, t test (partial), and determination analysis (R^2). ³¹ The results of the discussion showed that: 1) Product quality affects customer loyalty at Yamaha Surya Inti Putra (SIP) distributors Pahlawan Kota Probolinggo, 2) Customer loyalty Yamaha Surya Inti Putra dealers are strongly influenced by the brand image (SIP)

Keywords: Product quality, brand reputation, excellent service, and consumer loyalty.

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia globalisasi sekarang ini, Perkembangan teknologi berkembang pesat. Pertumbuhan teknologi terjadi di mana-mana. Produk dan berbagai merek menjadi persaingan pasar semakin ketat. Setiap konsumen memiliki berbagai macam produk dan merek yang ingin mereka gunakan untuk kebutuhan masing-masing. Persaingan yang ketat memaksa setiap pengusaha untuk menggunakan semua kemampuan yang dibutuhkan untuk bertahan di pasar. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis dengan perusahaan sejenis, setiap perusahaan harus semakin cepat mendapatkan pelanggan.

Salah satu perusahaan s³⁸ ini sedang menghadapi persaingan yang berat dari perusahaan di lapangan adalah Sepeda motor. Sepeda motor adalah kendaraan bermotor dengan dua roda yang digerakkan oleh mesin selalu dipakai oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan banyaknya dealer sepeda motor di Kota masing-masing sehingga memudahkan masyarakat dalam memperoleh sepeda motor sesuai selera dan merek yang diinginkan. Selain itu kemudahan dalam informasi mengenai sepeda motor yang selalu dijelaskan oleh para *sales promotion* membuat masyarakat sedikit memahami merek sepeda motor seperti apa yang berupaya butuhkan bagian dalam kesibukan sehari-hari.

Para *sales promotion* dalam bidang penjualan sepeda motor harus mengikuti perubahan yang terjadi sangat cepat dalam dunia bisnis saat ini. Bisnis harus mampu beradaptasi dengan perubahan. Menghadapi hal ini, banyak perusahaan berlomba-lomba untuk memperbaiki diri. kualitas produk dan pangsa pasar untuk memotivasi bagi perusahaan bekerja keras untuk meningkatkan usahanya. Strategi yang dapat diterapkan melalui perusahaan yaitu dengan menciptakan produk berkualitas dan menarik pelanggan baru, Anda dapat mengurangi peluang untuk mendapatkan klien lama beralih ke pengecer lain.

salah satu ukuran keberhasilan suatu usaha dapat diperhatikan dari suatu kualitas produk yang dikeluarkannya, dimana kualitas produk merupakan identitas sebuah perusahaan. Sebuah perusahaan dikatakan sukses jika kualitas produknya diapresiasi oleh masyarakat.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Daga 2019: 37), ciri-ciri produk layanan bergantung pada kemampuan untuk memenuhi persyaratan pelanggan yang diungkapkan atau diperkirakan, yang berarti Kualitas produk didefinisikan sebagai fitur barang dan jasa yang mendukung kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut John W. Mullins & Orville C. Walker menyatakan bahwa produk adalah "Suatu produk dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memenuhi keinginan atau kebutuhan melalui penggunaan, konsumsi atau akuisisi" Menurut Mullins John W. dan Walker Jr dalam Ginting and Sitorus (2022 : 90).

Untuk menjadi kualitas produk yang bagus di mata masyarakat, ukuran produk yang paling umum adalah representasi merek secara keseluruhan, menurut Kotler dan Keller dalam

Persepsi dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Merek, citra merek serupa dengan ingatan hubungan pelanggan (Ardiani dan Murwatningsih 2017: 275).

Menurut Kotler & Keller "citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumen" menurut Venessa & Arifin (2017 : 45). Untuk berhasil memasarkan suatu produk, setiap orang harus *sales promotion* selalu harus menerapkan pelayanan prima secara tepat. Pelayanan Prima mempengaruhi penjualan, keuntungan, dan tingkat pasar yang dijangkau perusahaan. Octavia & Rinto dalam (Utami 2021 : 38) memberikan penjelasan tentang peran customer service dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menyediakan layanan yang mudah diakses untuk transaksi bank, melayani pelanggan dengan melayani dengan kesabaran dan menghargai pelanggan, cepat dan tepat, dan bersikap ramah, sopan, tenang, dan jelas saat memberikan informasi atau penjelasan.

Loyalitas pelanggan adalah fokus sebagian besar perusahaan. Pelanggan kecewa ketika produk berkinerja di bawah harapan. Ketika pelanggan mendapatkan apa yang mereka harapkan, mereka senang. Pembeli akan sangat puas jika hasilnya melebihi harapan. Emosi ini menentukan apakah seseorang akan membeli atau tidak suatu produk dan membahas hal-hal positif atau negatif tentang produk tersebut.. Perusahaan perlu menyadari pentingnya kepuasan pelanggan dengan menyediakan produk berkualitas tinggi dan merek terbaik. Itu berarti memberikan kinerja yang memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, dengan tujuan untuk mendapatkan pelanggan yang loyal guna mencapai keuntungan yang tinggi bagi perusahaan.

Saat ini sepeda motor Yamaha dan produsen sepeda motor lainnya menawarkan berbagai macam kategori sepeda motor Yamaha untuk memenuhi kebutuhan mobilitas dan mobilitas masyarakat. Sepeda motor ini hadir dalam berbagai tipe dan variasi. Juga dikenal sebagai motor kecil hingga motor besar, atau motor besar (moge). Ada banyak jenis sepeda motor, dari skuter hingga sepeda sport hingga sport touring.

Salah satu dealer yang mampu bertahan dan bersaing di pasar saat ini adalah distributor Yamaha Surya Inti Putra (SIP) di Kota Pahlawan Probolinggo. Toko Yamaha di Kota Probolinggo merupakan salah satu diler yang sudah lama menggeluti bisnis ini dan merupakan dealer yang ada di Kota Probolinggo. Toko Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Pahlawn Kota Probolinggo telah berkembang menjadi salah satu dealer langganan masyarakat Probolinggo yang dikenal karena kualitas produk sepeda motor dan reputasi merek yang baik. Salah satu masalah dalam pemasaran toko Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Pahlawn Kota Probolinggo adalah persaingan antara dealer sejenisnya dalam hal kualitas produk sepeda motor, reputasi merek, dan pelayanan prima. Berikut ini adalah formulir masalah penelitian ini : 1) Loyalitas konsumen dan kualitas produk di toko Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo berkorelasi positif satu sama lain, 2) Apakah citra merek memengaruhi loyalitas pelanggan toko Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo, 3) Pelayanan prima di toko Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo memengaruhi loyalitas pelanggan.

2. KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Barang yang dapat dibeli di pasar Apa yang dirasakan, digunakan, dimiliki atau dikonsumsi untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan disebut produk (Firmansyah 2019 : 2). Didasarkan pada pengertian ini, hampir semua yang dimasukkan dalam produk akhir adalah objek yang dapat dilihat, diraba. Barang ini memiliki banyak jenis karena merupakan benda ril.

Menurut Kotler dalam (Dedi Joko 2019 : 83) “kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat”. Kualitas barang dan layanan harus menjadi prioritas utama perusahaan. Ini karena tujuan pemasaran perusahaan adalah bahwa pilihan konsumen terkait dengan kualitas.

Citra Merek

Ciri merek didefinisikan oleh Kotler dan Keller (Priansa 2017: 265) sebagai tanggapan pelanggan terhadap penawaran umum perusahaan. Kepercayaan dan persepsi pelanggan terhadap perusahaan adalah ciri perusahaan. Menurut Napik (Syarif 2020: 423), merek adalah identitas unik dari barang atau jasa. Seringkali, merek dianggap sebagai aset yang tak ternilai. Dalam beberapa kasus, Merek dapat berubah menjadi aset penting dan merupakan bagian penting dari strategi pemasaran.

Pelayanan Prima

Pelayanan prima atau organisasi, menurut Atep Adya Barata (2021: 27) didefinisikan sebagai peduli dengan pelanggan dan memberikan layanan terbaik memenuhi kebutuhan pelanggan dan memastikan kepuasan mereka agar mereka tetap setia kepada perusahaan. Oleh karena itu program pelayanan prima didasarkan pada kemampuan, sikap, perilaku, pertimbangan, tindakan dan tanggung jawab individu. disesuaikan dengan cara yang tepat. Pelanggan biasanya mengharapkan Menurut Manap dalam Arifin et al., barang atau jasa yang mereka beli dapat diterima atau dinikmati dengan layanan yang baik atau memuaskan, seperti yang dinyatakan oleh Arifin et al. dalam (Syarif : 02).

7

Loyalitas Pelanggan

Secara umum loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu produk, barang dan jasa tertentu. Loyalitas pelanggan merupakan ekspresi dan kelanjutan dari kepuasan pelanggan terhadap fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan perusahaan serta keinginan mereka untuk tetap menjadi pelanggan tetap perusahaan. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai konsumen akan membeli kembali melalui perusahaan. Loyalitas, menurut Kotler dan Armstrong dalam (Hermanto 2020: 26–27), berasal dari pemenuhan harapan konsumen; di sisi lain, ekspektasi sendiri berasal dari pengalaman

sebelumnya dengan pembelian, pendapat teman dan keluarga, janji pemasar atau pesaing, dan informasi.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis studi yang dilakukan adalah kuantitatif asosiatif kausal. Dengan variabel X_1 kualitas Produk, X_2 Citra Merek, X_3 Variabel Y Loyalitas Pelanggan dan Pelayanan Prima. Konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha di Dealer Surya Inti Putra adalah subjek penelitian ini. (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo selama 3 bulan yaitu dari tanggal bulan 1 November 2022 s/d 31 Januari 2023 dengan populasi sebanyak 157 konsumen. Jumlah sampel adalah empat puluh individu, dan metode Uji reliabilitas dan validitas, Analisis determinasi (R^2), multikolonieritas, heteroskedastisitas, normalitas, dan autokorelasi digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian.

33

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Sejauh mana validitas kuesioner diuji. Untuk mencapai hal ini, r hitung dan r tabel dibandingkan. Karena $df = (N-2)$, $40-2 = 38$ dengan sig 0,05 (5%), maka $r_{tabel} = 0,312$, dengan hasil berikut :

a. Kualitas Produk (X_1)

Data berikut dapat dilihat berdasarkan hasil pengujian dengan statistik SPSS 24 :

39

Tabel.1

Hasil Uji Validitas Kualitas produk (X_1)

Variabel	No Item	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas produk (X_1)	1	0,717	0,312	Valid
	2	0,684	0,312	Valid
	3	0,598	0,312	Valid
	4	0,759	0,312	Valid
	5	0,737	0,312	Valid
	6	0,606	0,312	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2023

16

Tabel 1 menunjukkan bahwa kuesioner variabel kualitas produk (X_1) adalah valid untuk semua item pernyataan tersebut. Nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel, yang merupakan hasil dari uji validitas untuk masing-masing item dari masing-masing variabel, yang menghasilkan nilai 0,312.

48

b. Citra Merek (X_2)

Hasil pengujian dengan statistik SPSS 24 dapat ditunjukkan sebagai berikut :

41

Tabel. 2

Hasil Uji Validitas Citra merek (X_2)

Variabel	No Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Citra merek (X ₂)	1	0,803	0,312	Valid
	2	0,818	0,312	Valid
	3	0,765	0,312	Valid

Sumber: Data primer, diolah 2023

Kuesioner variabel persepsi merek (X₂) dianggap valid untuk semua item pernyataan tersebut karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel yang merupakan hasil pengecekan validitas masing-masing item dari masing-masing variabel (0,312).

c. Pelayanan prima (X₃)

Hasil pengujian dengan statistik SPSS 24 dapat direpresentasikan sebagai berikut:

Tabel. 3

1 Uji Validitas Pelayanan prima (X₃)

Variabel	No Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pelayanan prima (X ₃)	1	0,662	0,312	Valid
	2	0,638	0,312	Valid
	3	0,649	0,312	Valid
	4	0,649	0,312	Valid
	5	0,633	0,312	Valid
	6	0,682	0,312	Valid

Sumber: Data primer, diolah 2023

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai r hitung dengan memeriksa validitas setiap komponen setiap variabel juga lebih besar dari nilai r pada tabel. Hasil survei variabel pelayanan prima (X₂) juga menunjukkan bahwa semua pernyataan tersebut valid.

d. Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil pengujian yang dilakukan menggunakan statistik SPSS 24 adalah sebagai berikut :

Tabel 4

9 Hasil Uji Validitas Loyalitas (Y)

Variabel	No Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Loyalitas pelanggan (Y)	1	0,827	0,312	Valid
	2	0,684	0,312	Valid
	3	0,853	0,312	Valid
	4	0,665	0,312	Valid

Sumber: Data primer, diolah 2023

Tabel 4 menunjukkan bahwa faktor loyalitas konsumen (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel; Uji validasi untuk masing-masing variabel menunjukkan nilai r tabel lebih besar dari nilai r (0,312). Selain itu, survei variabel loyalitas pelanggan (Y) menganggap semua pernyataan yang disebutkan di atas benar.

1. Uji Reliabilitas

Analisis Cronbach Alpha digunakan untuk menguji reliabilitas variabel. Variabel dianggap reliabel jika skor Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Berikut adalah hasil pengujian untuk masing-masing variabel :

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pernyataan (N)	Cronbach Alpha	Critical Value	Keterangan
X ₁	6 item	0,757	0,60	Reliabel
X ₂	3 item	0,696	0,60	Reliabel
X ₃	3 item	0,690	0,60	Reliabel
Y	4 item	0,750	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 5 di atas, setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach Alpha di atas 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel tersebut dapat digunakan.

30

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Nilai Variance Infaction Factor (VIF) digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas. Nilai VIF antara 1 dan 10 menunjukkan tidak ada multikolinearitas.

Tabel. 6
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	3.371	2.479		1.360	.182	
	Kualitas Produk	.172	.055	.404	3.130	.003	.732 1.366
	Citra Merek	.342	.127	.349	2.697	.011	.727 1.376
	Pelayanan Prima	.196	.075	.292	2.626	.013	.984 1.016

a. Variabel dependen : Loyalitas konsumen

Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2023

Karena nilai VIF variabel bebas berada di antara 1-10, nilai VIF variabel X1 adalah 1366, variabel X2 adalah 1,376, dan variabel X3 memiliki 1,016, masing-masing. Oleh karena itu, tidak ada multikolinearitas di antara variabel independen.

31

Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Durbin-Watson, atau alat statistik DW. Tidak ada autokorelasi ketika angka D-W antara -2 dan +2. Berikut adalah hasilnya :

Tabel. 7
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.749 ^a	.561	.525	1.121	2.422

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Prima, Kualitas Produk, Citra Merek

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data Primer diolah 2023

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi autokorelasi karena tes Durbin-Watson = 2,422 berada di antara -2 dan +2.

Uji Heteroskedastisitas

Varian varians digunakan untuk mengukur perbedaan varians residual antara periode pengamatan. Tabel 8 berikut menyajikan hasil uji varians dengan menggunakan uji Glejser :

Tabel 8
Hasil Uji Glejser
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.238	1.567		-.152	.880
	Kualitas Produk	.005	.035	.025	.130	.897
	Citra Merek	-.013	.080	-.031	-.162	.872
	Pelayanan Prima	.040	.047	.140	.842	.405

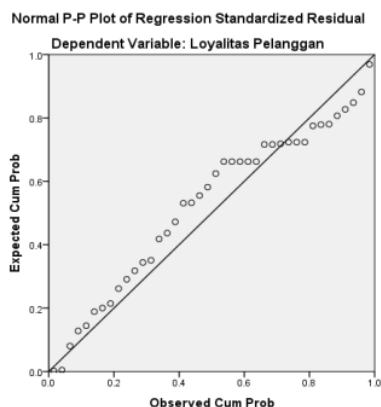
a. Variable yang bergantung adalah Abs_RES.

Sumber : Data primer, diolah pada tahun 2023

Hasil pemeriksaan Glejser SPSS menunjukkan bahwa dalam analisis regresi tidak terdapat tanda perubahan varians; nilai signifikan variabel kualitas (X1) sebesar 0,897 lebih besar dari 0,05; variabel citra merek (X2) sebesar 0,872 lebih besar dari 0,05; dan variabel pelayanan prima (X3) adalah 0,405. Oleh karena itu, heteroskedastisitas tidak ada.

55

Uji Normalitas



Hasil uji normalitas dengan plot probabilitas sumber (data primer, diolah pada tahun 2023) ditunjukkan pada Gambar 1.

Dalam ilustrasi sebelumnya, hasil plot probabilitas menunjukkan bahwa data didistribusikan secara normal, seperti yang ditunjukkan oleh plot (titik) yang mengikuti garis diagonal. Namun, melihat grafik probabilitas plot normal saja kadang-kadang masih kurang meyakinkan. Uji normalitas satu sampel Kolmogorov-Smirnov harus dilakukan untuk memastikan apakah data berdistribusi normal.

Tabel 9
Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov –Smirnov

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07674972
Most Extreme Differences	Absolute	.143
	Positive	.092
	Negative	-.143
Test Statistic		.143
Asymp. Sig. (2-tailed)		.037 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.349
Point Probability		.000

Sumber data : diolah 2023

Hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov SingleSample sebanyak 52 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, dengan nilai yang benar. sig. (dua sisi) adalah 0,349 lebih besar dari 0,05.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ditentukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda ini. Berikut ini adalah hasil perhitungan statistik SPSS 24 :

Tabel. 10
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	3.371	2.479		1.360
	Kualitas Produk	.172	.055	.404	3.130
	Citra Merek	.342	.127	.349	2.697
	Pelayanan Prima	.196	.075	.292	2.626

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Data awal diolah pada tahun 2023.

Persamaan koefisien regresi berganda, $Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 = 3,371 + 0,172X_1 + 0,342X_2 + 0,196X_3$.

di mana konstanta

Kualitas barang X_1
reputasi merk X_2
pelayanan prima X_3
loyalitas pembeli Y .

Persamaan yang disebutkan sebelumnya dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Tingkat kualitas barang (X_1), citra merek (X_2) dan pelayanan prima (X_3) masing-masing memiliki nilai konstanta 3,371. Jika nilainya nol, loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai 3,371.
- Variabel loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,172 jika variabel independen lainnya tetap dan variabel kualitas produk meningkat sebesar 1%. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) akan meningkat sebesar 0,172 yang menunjukkan koefisien positif. Dengan kata lain, ada korelasi positif antara loyalitas pelanggan dan kualitas produk: produk yang lebih baik yang dimiliki oleh pimpinan menghasilkan lebih banyak loyalitas pelanggan.
- Jika variabel independen lainnya tetap dan variabel Setiap kenaikan 1% citra merek, maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,342 dengan koefisien regresi variabel citra merek (X_2) sebesar 0,342. Koefisien ini menunjukkan hubungan positif

antara citra merek dan loyalitas pelanggan, dengan citra merek yang lebih baik menunjukkan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi.

- d. Jika variabel independen lainnya dianggap konstan dan variabel Pelayanan Prima meningkat sebesar 1%, maka variabel Loyalitas Pelanggan akan meningkat sebesar 0,196, yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara Pelayanan Prima dan Loyalitas Pelanggan, dengan variabel Loyalitas Pelanggan meningkat secara proporsional sebesar meningkatkan Service Excellence.

Koefisien Determinasi

Hasil uji analisis determinasi yang dilakukan dengan program SPSS berikut:

Tabel. 11
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 ^a	.561	.525	1.121

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Prima, Kualitas Produk, Citra Merek

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber Data Primer diolah 2023

Menurut Tabel 11, angka R-kuadrat yang dikoreksi adalah 0,525. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas (kualitas produk, citra merek dan pelayanan prima) dan variabel terikat (loyalitas pelanggan) memiliki rasio korelasi sebesar 0,525 atau 52,5%. Persentase korelasi juga disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 12
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.371	2.479		1.360	.182
	Kualitas Produk	.172	.055	.404	3.130	.003
	Citra Merek	.342	.127	.349	2.697	.011
	Pelayanan Prima	.196	.075	.292	2.626	.013

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Hasil uji t-test ditunjukkan dalam tabel berikut:

- a. Dengan mencari nilai thitung sebesar 3,130 pada tabel X1 dan nilai sig sebesar 0,003 dibawah 0,05 maka hipotesis “Ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan” diterima.
- b. Untuk membuktikan bahwa hipotesis “Ada pengaruh signifikan variabel citra merek secara parsial terhadap loyalitas pelanggan” diterima, diperoleh nilai thitung sebesar 2,697 dan nilai ttabel sebesar 1,688, dengan nilai sig 0,011 lebih besar dari 0,05.
- c. Dibandingkan dengan hasil, hipotesis diterima: “Ada pengaruh signifikan variabel service excellence secara parsial terhadap loyalitas pelanggan”, dengan nilai sig 0,013 lebih tinggi dari 0,05 dan nilai thitung lebih tinggi 2,626 pada Tabel X3 dibandingkan tabel 1,688.

Semua hipotesis diterima berdasarkan tabel dan keterangan di atas. Oleh karena itu, kualitas produk, citra merek, dan layanan prima sangat memengaruhi loyalitas pelanggan di toko Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo.

Pembahasan

Hasil ujian hipotesis menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan di toko Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo dipengaruhi oleh kualitas produk. Studi sebelumnya oleh Dimas Ifanda Putra Kusuma (2017) dan Lestari & Nurhadi (2021) mendukung temuan ini. Di sisi lain, citra merek memengaruhi loyalitas pelanggan, yang didukung oleh Lestari & Nurhadi (2021). Dealer Yamaha Surya Inti Putra terpengaruh sebagian oleh pelayanan prima karena hubungan antara pelayanan prima dan loyalitas pelanggan. Pahlawan Kota Probolinggo (SIP). Rusminah et al. (2023), penelitian sebelumnya, mendukung penelitian ini.

5. KESIMPULAN

Hasil Penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Hero Di Kota Probolinggo”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji parsial (t) menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di dealer Hero Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Kota Probolinggo.
2. Citra merek (X2) berdampak besar pada loyalitas pelanggan di Dealer Yamaha Surya Inti Putra, menurut hasil pengujian secara parsial (t) (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo.
3. Pelayanan prima (X3) berdampak besar pada loyalitas pelanggan di Dealer Yamaha Surya Inti Putra, menurut hasil pengujian secara parsial (t) (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiani, Erwinda, and Murwatiningsih Murwatiningsih. 2017. "Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen." *Management Analysis Journal* 6(3): 274–84.
- Atep Adya Barata. 2021. *DASAR DASAR PELAYANAN PRIMA PERSIAPAN MEMBANGUN BUDAYA PELAYANAN PRIMA UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN*. 3rd ed. Jakarta: PT Gramedia, Jakarta.
- Daga, Rosnaini. 2019. *Buku 1 , Citra , Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.
- Donni Juni Priansa. 2017. *MANAJEMEN PELAYANAN PRIMA Fokus Pada Organisasi Publik Dan Peningkatan Kualitas Aparatur*. 1st ed. Bandung: ALFABETA, cv.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2019. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*. CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Ginting, STUA, and Ronald Ferdinand M Sitorus. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Mobil Telaga Adil Di Medan." *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 10(1): 88–101.
- Hermanto, Hermanto, Universitas Panca, and Marga Probolinggo. 2020. *Faktor Pelayanan , Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. CV. Jakad Publishing Surabaya 2019.
- (Joko 2019)Joko, Dedi. 2019. "ECOBUSS : Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis 82." 7:82–92.
- Syarif, Muhammad. 2019. "Pengaruh Pelayanan Prima , Harga Dan Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Servis Motor Di Dealer Yamaha Kartika 3 Kabupaten Probolinggo
- Syarif, Muhammad, and Hidayatullah Elmas. 2020. "Pengaruh Persepsi Kualitas , Citra Merek , Brand Wareness Pada Keputusan Pembelian Pada CV Pia Manalagi Ketapan Kota Probolinggo." 16(2): 421–35.
- Utami, Iis Torisa. 2021. "Analisis Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Central Asia Cabang Utama Green Garden Jakarta." *Jurnal Serasi* 19(2): 103–16.
- Venessa, Ike, and Zainul Arifin. 2017. "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 Dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B."

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo

ORIGINALITY REPORT

25%
SIMILARITY INDEX

23%
INTERNET SOURCES

18%
PUBLICATIONS

16%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unj.ac.id Internet Source	2%
2	repository.upm.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
5	conference.binadarma.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
7	Virgin M. Manengkey, Tinneke M. Tumbel, Johnny A. F Kalangi. "Pengaruh Experiental Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Kebun Strawberry D'MOOAT", JURNAL ADMINISTRASI BISNIS, 2019 Publication	1%

8	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1 %
9	repository.uki.ac.id Internet Source	1 %
10	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1 %
11	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	1 %
12	Submitted to Unika Soegijapranata Student Paper	1 %
13	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	1 %
14	123dok.com Internet Source	1 %
15	Submitted to Universitas PGRI Palembang Student Paper	1 %
16	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1 %
17	eprints.uny.ac.id Internet Source	1 %
18	journal31.unesa.ac.id Internet Source	1 %
19	Submitted to Universitas Sumatera Utara Student Paper	

<1 %

20

www.journal.stieamkop.ac.id

Internet Source

<1 %

21

repository.ub.ac.id

Internet Source

<1 %

22

journal.umg.ac.id

Internet Source

<1 %

23

stiepasaman.ac.id

Internet Source

<1 %

24

www.djournals.com

Internet Source

<1 %

25

Erni Setyowati. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI", Jurnal Manajemen Dayasaing, 2017

Publication

<1 %

26

Ibnu Cahyo, Muhammad Edy Supriyadi, Tia Chisca Anggraeni, Imam Purwanto. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK EMINA DI BEKASI", Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2023

Publication

<1 %

27

eprints.uns.ac.id

Internet Source

<1 %

28

Fras Setya, Wan Dian Safina. "Pengaruh Customer Bonding Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Karya Sejati Utama (Dusun V, Desa Bandar Labuhan, Tanjung Morawa)", Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI, 2022

Publication

<1 %

29

Hanisa Sismaya Lestari, R. Selfi Nendris Sulistiawan, Neng Siti Nurwasilah. "IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS KEPUASAN KONSUMEN PADA KUALITAS PRODUK CABAI RAWIT DI PASAR TRADISIONAL MUKA CIANJUR", AGRITA (AGri), 2022

Publication

<1 %

30

Sri Rahmayani Jaspin, Darwis Lannai, Julianty Sidik Tjan. "Pengaruh Locus of Control, Gender dan Tekanan Ketaatan Terhadap Audit Judgment Auditor di Badan Pemeriksa Keuangan Makassar", PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, 2021

Publication

<1 %

31

id.123dok.com

Internet Source

<1 %

32	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	<1 %
33	Vika Nurhaliza, Abdul Malik. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUNGA ANGGREK DI CV. SUMATERA BUSAN NAMORAMBE DELI SERDANG", JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS, 2022 Publication	<1 %
34	anzdoc.com Internet Source	<1 %
35	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1 %
36	repository.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
37	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
38	www.scribd.com Internet Source	<1 %
39	ejournal.upbatam.ac.id Internet Source	<1 %
40	ojs.unud.ac.id Internet Source	<1 %
41	repository.pelitabangsa.ac.id Internet Source	<1 %

<1 %

42

Erida Erida, Sigit Indrawijaya, Deldi Abdilah.
"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PRODUK KAOS MEREK JAKOZ (THE EFFECT OF
PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON
CONSUMER SATISFACTION OF JAKOZ BRAND
T-SHIRT PRODUCT)", Jurnal Manajemen
Terapan dan Keuangan, 2020

Publication

<1 %

43

Siang. I.S. "FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENYERAPAN TENAGA KERJA PADA SEKTOR
INDUSTRI PENGOLAHAN DI PROVINSI
KALIMANTAN TENGAH", JEPP : Jurnal Ekonomi
Pembangunan Dan Pariwisata, 2022

Publication

<1 %

44

Slamet Priyanto, Akhmad Darmawan.
"PENGARUH DEBT TO ASSET RATIO (DAR),
DEBT TO EQUITY RATIO (DER), LONG TERM
DEBT TO ASSET RATIO (LDAR) DAN LONG
TERM DEBT TO EQUITY RATIO (LDER)
TERHADAP PROFITABILITY (ROE) PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK
INDONESIA PERIODE 2012-2014", Media
Ekonomi, 2017

Publication

<1 %

45

Internet Source

<1 %

46

docobook.com

Internet Source

<1 %

47

download.garuda.kemdikbud.go.id

Internet Source

<1 %

48

mafiadoc.com

Internet Source

<1 %

49

repofeb.undip.ac.id

Internet Source

<1 %

50

repository.ekuitas.ac.id

Internet Source

<1 %

51

repository.upstegal.ac.id

Internet Source

<1 %

52

riset.unisma.ac.id

Internet Source

<1 %

53

text-id.123dok.com

Internet Source

<1 %

54

www.repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

<1 %

55

Dedi Joko Hermawan. "PENGARUH JUMLAH
PERSEDIAAN BAHAN BAKU DAN KAPASITAS
MESIN TERHADAP VOLUME PRODUKSI PADA

<1 %

UD. CAHAYA RESTU KOTA PROBOLINGGO",
Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2018
Publication

56	bajangjournal.com Internet Source	<1 %
57	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
58	journal.feb.unmul.ac.id Internet Source	<1 %
59	www.neliti.com Internet Source	<1 %
60	repository.widyatama.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On