

ABSTRAK

PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA JASA *SERVICE BODY REPAIR* MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BENGKEL PT ASTRIDO JAYA MOBILINDO TOYOTA YOS SUDARSO

Oleh
Hari Kesit Budi Rasdiantoro
NIM : 1718002
(Administrasi Bisnis Otomotif)

PT Astrido Jaya Mobilindo Toyota Yos Sudarso yang memiliki fasilitas 3S (*Sales, Service, Sparepart*) mengalami permasalahan pada angka pengguna jasa *service body repair* yang fluktuatif, ditunjukkan dengan data unit *entry service body repair* dan keluhan pelanggan dengan semua keluhannya dipengaruhi oleh nilai pelanggan terhadap *dealer*. Maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa *service body repair* melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan variabel bebas yakni Nilai Pelanggan (X), variabel intervening yakni Kepuasan Pelanggan (Z), dan variabel terikat yakni Loyalitas Pelanggan (Y). Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*). Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Responden dalam penelitian ini sebanyak 67 responden. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji homogenitas, uji T, analisis jalur, dan uji sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Nilai Pelanggan berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. 2) Nilai Pelanggan berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 3) Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. 4) Nilai Pelanggan tidak berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.