

# PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BENGKEL MOBIL SAMA JAYA SINGARAJA

N.K.A. Sumartini<sup>1</sup>, N.N. Yulianthini<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja  
e-mail: asrisumartini96@gmail.com, ninymyulianthini@gmail.com

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) Citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja, (2) Citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja, (3) Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif kasual. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja, sedangkan objek dalam penelitian ini adalah citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Citra perusahaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja, Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja, (3) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja.

**Kata kunci:** citra perusahaan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

## Abstract

*This study aims to examine the effect of (1) Company image and customer satisfaction on Customer loyalty, (2) Company image on customer loyalty, and (3) Customer satisfaction on customer loyalty at Car Workshop Sama Jaya Singaraja. The research design is quantitative casual. The subjects in this study were customers at Sama Jaya Singaraja Car Workshop, while the object of this research was the company image, customer satisfaction, and customer loyalty. Sampling using purposive sampling method of 100 respondents. The data collection method is the survey method, which is analyzed using multiple linear regression. The results of this study indicate that (1) Company image and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty, (2) Company image has a positive and significant effect on customer loyalty, (3) Customer satisfaction has an influence positive and significant impact on customer loyalty of the Sama Jaya Singaraja Car Workshop.*

**Keywords :** company image, customer satisfaction, customer loyalty

## 1. Pendahuluan

Dunia otomotif di Indonesia berkembang dengan pesat, di mana kebutuhan akan kendaraan sudah tidak bersifat sekunder lagi melainkan sudah menjadi kebutuhan primer. Kebutuhan masyarakat pada umumnya akan alat transportasi menjadi semakin penting guna menunjang kehidupan manusia dalam beraktivitas yang menuntut peningkatan kecepatan. Aktivitas yang padat dan banyak tempat yang harus dituju setiap hari mendorong masyarakat untuk memiliki alat transportasi yang cepat dan nyaman digunakan sehari-hari. Ada banyak sekali pilihan alat transportasi yang dapat digunakan guna menunjang aktivitas yang dilakukan.

Alat transportasi mobil sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat kalangan menengah ke atas ataupun bagi mereka para pelaku bisnis yang menjadikan alat transportasi mobil sebagai penunjang dalam melakukan segala aktivitasnya. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan ketersediaan alat transportasi, pelaku bisnis di bidang otomotif khususnya bengkel mobil semakin banyak dan berkembang dengan berbagai macam produk, harga dan fasilitas yang ditawarkan.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa Barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan Muncul Kepuasan dalam benak Pelanggan dan diharapkan membawa dampak positif bagi perusahaan tersebut (Edy, 2011). Setiap perusahaan berupaya membangun hubungan yang kuat kepada semua pelanggannya agar menjadi pelanggan yang setia. Membangun hubungan yang baik dengan pelanggan akan memberikan banyak manfaat seperti citra perusahaan yang akan dikenal baik oleh masyarakat. Hubungan yang baik dapat menjadi dasar kepuasan pelanggan sehingga dapat mengarah pada loyalitas pelanggan.

Bagi perusahaan, pelanggan yang setia sangat besar artinya karena menggambarkan besarnya profitabilitas yang diperoleh. Bahkan pelanggan yang setia dapat menjadi *partner* dalam mengembangkan produk baru sedangkan sikap loyal pelanggan dengan cara melakukan pembelian secara berulang memperlihatkan bahwa pelanggan percaya pada produk pelayanan yang diberikan (Aprisia, 2019). Seorang pelanggan yang loyal menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Pelanggan yang loyal akan mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik yang positif kepada perusahaan (Darsono, 2004). Pelanggan yang loyal memiliki ciri-ciri antara lain melakukan pembelian secara berulang pada perusahaan yang sama, membeli lini produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan, dan memberitahukan kepada orang lain tentang kepuasan-kepuasan yang diterimanya (Griffin, 2003).

Dalam upaya membentuk dan memperkuat loyalitas pelanggan, perusahaan dapat mengadopsi konsep pemasaran yang berorientasi pada pembentukan kemitraan dengan pelanggan (*market driven partnership*) melalui pengembangan komunikasi yang interaktif dan intensif. Perusahaan yang sudah memiliki mitra pelanggan akan mendapatkan citra yang baik di mata pelanggan (Prayoga, 2015). Citra suatu perusahaan akan melekat di benak pelanggan apabila telah merasakan manfaat yang diberikan.

Perusahaan yang memiliki citra yang baik dapat mendorong pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan, keunggulan bersaing yang terus meningkat, mampu mendorong semangat kerja karyawan dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Yudiana & Setyono, 2016). Citra perusahaan yang baik akan membentuk pola pikir pelanggan dalam membuat persepsi terhadap perusahaan dan mampu meningkatkan penjualan perusahaan dan pangsa pasarnya untuk membangun dan menjaga hubungan dengan loyalitas pelanggan (Apriyanti, 2017).

Di samping citra perusahaan, yang memengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. pelanggan akan cukup terpuaskan selama pelayanan yang dirasakan berada di antara Zona toleransi, yaitu di atas tingkat layanan memadai (Trianasari, 2018). Para pelanggan akan senang ketika kinerja pelayanan mendekati atau melebihi tingkat pelayanan yang diinginkan. Kemungkinan pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan loyal pada penyedia layanan yang nantinya menyebarkan *word of mouth* positif, akan tetapi ketika pengalaman layanan tidak sesuai harapan maka pelanggan akan mengeluh Tentang buruknya kualitas pelayanan dan beralih pada penyedia jasa lainnya (Putra, 2018).

Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen menggambarkan apakah kinerja yang dirasakan akan sebanding dengan harapan atau kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan memiliki dampak terhadap perilaku pelanggan berupa loyalitas atau keluhan. Apabila perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan maka kepuasan akan dirasakan pelanggan (Hidayat, 2014). Pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan kunci kepuasan pelanggan bagi perusahaan atau bisnis yang bergerak di bidang apa saja, termasuk otomotif.

Bengkel mobil Sama Jaya yang beralamat di Jalan Ahmad Yani Singaraja merupakan bengkel mobil yang sudah 24 tahun beroperasi sampai sekarang. Bengkel tersebut mampu bertahan dan berkembang di saat kondisi persaingan seperti sekarang ini, di mana banyak bengkel mobil baru bermunculan. Namun dengan semakin bertambahnya bengkel mobil baru di kota Singaraja, jumlah pelanggan *service* pada bengkel mobil Sama Jaya Singaraja selama

periode tiga tahun terakhir mengalami penurunan jumlah kunjungan pelanggan yang dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Jumlah Pelanggan Service Pada Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja

Bulan	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
	(Unit)	(Unit)	(Unit)
Januari	470	460	455
Februari	465	470	475
Maret	463	467	455
April	455	450	450
Mei	475	477	468
Juni	485	495	488
Juli	475	470	450
Agustus	466	450	445
September	483	477	460
Oktober	490	496	483
November	497	498	485
Desember	535	510	490
Jumlah	5759	5720	5604

Fenomena tersebut terjadi diduga karena perubahan penggunaan jenis moda transportasi atau kekecewaan pelanggan sehingga berpindah ke perusahaan lain. Berdasarkan wawancara awal yang telah dilakukan pada bengkel mobil Sama Jaya Singaraja, pihak manajemen perusahaan telah berupaya untuk meningkatkan kepuasan dan jumlah kunjungan atau layanan yang diberikan. Untuk menambah kepuasan pelanggan, bengkel mobil Sama Jaya Singaraja juga memberikan garansi pada jasa perbaikan dan *spare part* yang dijual. Bengkel tersebut juga menerima segala keluhan yang berhubungan dengan kesalahan dalam perbaikan mobil, penggantian *spare part* mobil, dan juga cuci mobil.

Guna membangun citra yang baik di benak pelanggan bengkel mobil Sama Jaya Singaraja menerapkan pelayanan *One Stop Service* yang akan memudahkan para pelanggan mendapatkan informasi terkait pelayanan dan jasa yang bisa diberikan oleh bengkel tersebut. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, bengkel mobil Sama Jaya Singaraja menawarkan produk yang dijual mampu memberikan kepuasan bagi para pelanggannya yang berbeda dengan bengkel mobil lainnya. Namun upaya-upaya tersebut belum mampu meningkatkan kunjungan pelanggan bengkel.

Merujuk dari masalah-masalah yang sudah dikemukakan, diduga ada keterkaitan antara citra perusahaan, kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Dalam literatur jasa, banyak penelitian telah dilakukan untuk menguji hubungan ketiga variabel tersebut. Namun temuan-temuan penelitian terdahulu belum menunjukkan konsistensi. Hal ini menunjukkan adanya *research gap* dari dua variabel bebas yang memengaruhi variabel terikat. Seperti yang dikutip dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Prayoga, 2015) yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian (Aprisia, 2019) menyimpulkan bahwa secara parsial citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2014) yang menyatakan bahwa citra perusahaan tidak memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Selanjutnya hasil penelitian yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh (Saselah, 2019);(Maskur, 2016). Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho, (2015), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang terjadi di Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja dan perbedaan atau inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, maka perlu dilakukan

penelitian yang berfokus pada citra perusahaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah citra perusahaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja? (2) Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja? Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja?

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sebagai berikut : (1) Citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja, (2) Citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja, (3) Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut: (1) manfaat teoretis, Penelitian ini diharapkan memberi. pengayaan dan pemahaman dalam ilmu pemasaran terutama mengenai pengaruh, citra perusahaan. dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, (2) manfaat praktis penelitian ini diharapkan Memberi informasi berbagai faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap bengkel, sehingga pihak pemilik bengkel dan industri perbengkelan. Dapat merancang strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif kausal yaitu penelitian yang bertujuan utamanya untuk membuktikan hubungan sebab-akibat atau dengan kata lain menganalisis bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya (Umar, 2004).

Subjek dalam penelitian ini yaitu pelanggan pada Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja, sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian adalah citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu: Citra Perusahaan (X1), Kepuasan Pelanggan(X2), dan Loyalitas Pelanggan (Y).

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian sampel. Adapun criteria responden yang diambil sebagai sampel adalah sebagai berikut: (1) Pelanggan bengkel mobil yang pernah menggunakan jasa *service* pada bengkel mobil Sama Jaya Singaraja, (2) Pelanggan bengkel mobil yang melakukan *service* lebih dari 3 kali, yang di kategorikan sebagai pelanggan yang loyal.

Banyaknya sampel dalam penelitian tergantung dari Jumlah item yang di estimasi. Pedomannya adalah 5-10 kali jumlah item yang di estimasi. Dalam penelitian ini menggunakan 15 indikator sehingga banyaknya responden yang diambil sebagai sampel adalah minimal sampel yang bisa diambil dalam penelitian ini adalah  $15 \times 5 = 75$  dan maksimal sampel yang bisa diambil dalam penelitian ini adalah  $15 \times 10 = 150$ . Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Metode survey adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2013). Sementara itu instrument penelitian yang digunakan yaitu kuesioner.

Dalam penelitian ini metode dan teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan melakukan uji pengujian sebagai berikut: (1) Uji instrumen menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas, (2) Uji asumsi klasik menggunakan uji multikolonieritas, uji normalitas dan uji heteroskedastisitas, (3) Uji regresi linier berganda dan Uji hipotesis yang meliputi uji signifikan simultan (uji statistik F) dan uji signifikan parameter individual (uji statistik t) menggunakan perangkat lunak SPSS versi 18.0 *For Windows*.

### 3. Hasil dan Pembahasan

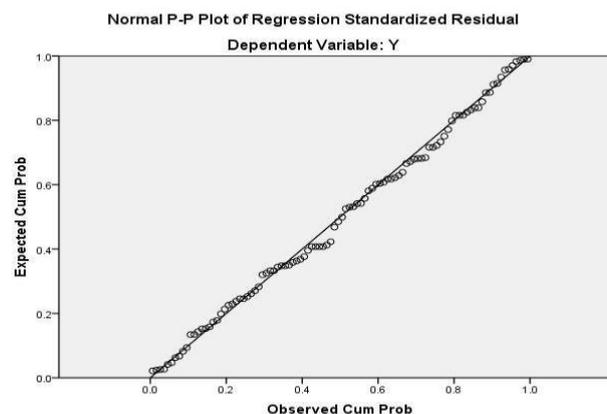
Berdasarkan hasil uji validitas dalam penelitian ini diketahui bahwa semua item masing-masing variabel dinyatakan valid karena skor total signifikan *p-value* lebih kecil dari nilai *alpha* 0,05 ( $p < 0,05$ ).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Ket.
Citra Perusahaan	0,905	Reliabel
	0,907	Reliabel
	0,902	Reliabel
	0,906	Reliabel
	0,898	Reliabel
	0,912	Reliabel
	0,905	Reliabel
	0,903	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,786	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,686	Reliabel
	0,689	Reliabel
	0,866	Reliabel
	0,857	Reliabel
	0,897	Reliabel
	0,825	Reliabel

Berdasarkan Tabel 2 dari ke empat butir pernyataan pada variabel Y, delapan butir pernyataan pada variabel X1 dan 3 butir pernyataan pada variabel X2 dinyatakan reliabel, hal ini ditunjukkan dengan nilai syarat reliabel  $> 0.60$ . Jadi dapat diungkap bahwa instrumen variabel bebas yaitu citra perusahaan dan kepuasan pelanggan, dan instrument variabel terikat loyalitas pelanggan secara keseluruhan reliabel.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini untuk melihat normalitas residual dilakukan dengan analisis grafik yaitu dengan melihat grafik normal *probability plot*. Cara termudah untuk melihat normalitas residual dengan melihat normal *probability plot*, distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi residual normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Berikut hasil *probability plot* tampak pada Gambar 1.



Gambar 1. Normal *Probability Plot*

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal.

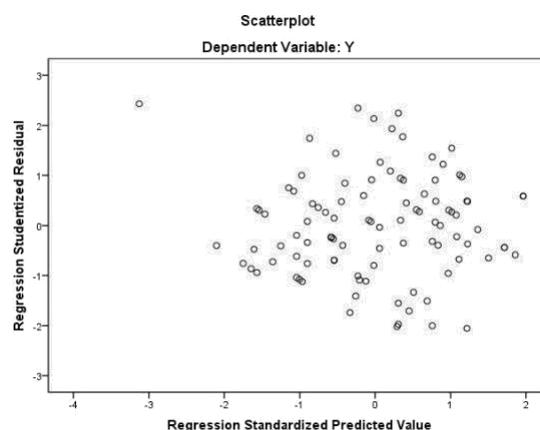
Uji Multikolinieritas digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam regresi dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* < 10% atau sama dengan nilai VIF > 10. Hasil uji multokolinieritas dari penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3..

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Citra	0,620	1.613	Tidak terjadi
Perusahaan			multikolinieritas
Kepuasan	0,620	1.613	Tidak terjadi
Pelanggan			multikolinieritas

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai tolerance 0,620 sehingga lebih dari 0,1 dan VIF 1.613 berarti dibawah 10. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Model regresi yang baik adalah yang sifatnya homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat *scatterplot* dengan ketentuan jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada dan membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.



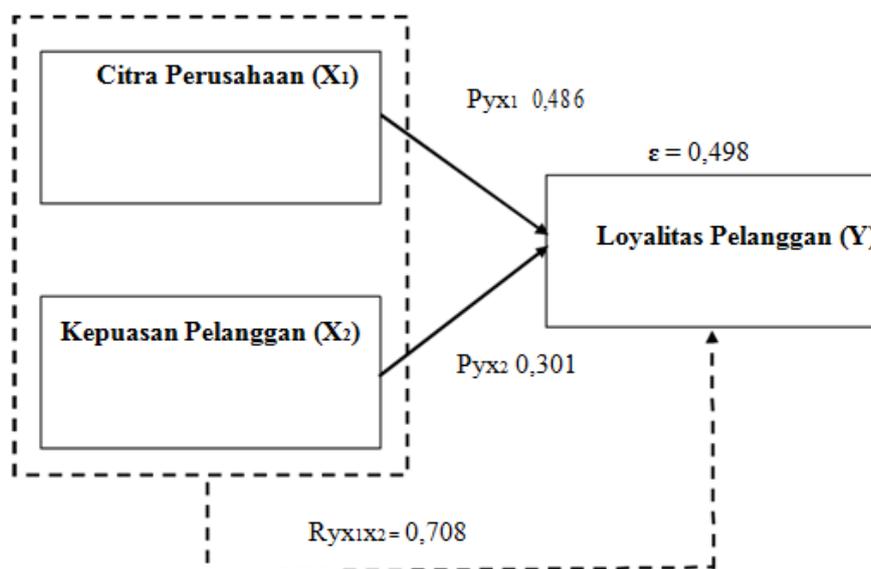
Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 18.0 for windows, yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel terikat loyalitas pelanggan. Sehingga diperoleh hasil pengujian berupa ringkasan hasil *output* SPSS. Berikut merupakan ringkasan hasil *output* SPSS pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Parameter	Nilai	Value	Alpha (α)
$R_{yx1x2}$	0,708	0,000	0,05
$R^2_{yx1x2}$	0,502	0,000	0,05
$\epsilon$	0,498	-	-
$P_{yx1}$	0,486	0,000	0,05
$P^2_{yx1}$	0,236	-	-
$P_{yx2}$	0,301	0,002	0,05
$P^2_{yx2}$	0,091	-	-
A	3,461	0,000	0,05
$\beta_1$	0,251	0,000	0,05
$\beta_2$	0,342	0,000	0,05

Berdasarkan hasil uji regresi linier pada Tabel maka diperoleh struktur hubungan pengaruh citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan seperti pada Gambar 4.3.



Gambar 3. Struktur Hubungan Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja.

Berdasarkan pada Tabel hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan secara simultan variabel citra perusahaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja. Variabel citra perusahaan dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh sebesar 0,502 atau sebesar 50,2% terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat dari Purnama & Hidayah (2019) yang menyatakan bahwa citra perusahaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Wungow, (2013) yang menyatakan bahwa citra perusahaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis kedua diperoleh bahwa citra perusahaan yang diukur berdasarkan hasil kuesioner berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja. Besarnya hubungan parsial citra perusahaan sebesar 0,486 atau sebesar 48,6% dengan besar sumbangan pengaruh yaitu 23,6%. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil riset Aaker, (2004) yang menyatakan pelanggan cenderung lebih didominasi kepada citra sebuah perusahaan dibandingkan produk yang dihasilkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aprisia (2019) yang menyatakan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil pengujian hipotesis yang ketiga menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja. Besarnya hubungan parsial kepuasan pelanggan sebesar 0,301 atau sebesar 30,1% dengan besar sumbangan pengaruh yaitu 9,9%. Pelanggan yang puas pasti akan mempunyai tingkat loyalitas yang tinggi terhadap produk dibandingkan dengan pelanggan yang tidak puas, hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat (Kertajaya, 2014).

#### 4. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Citra perusahaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra perusahaan dan semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan, (2) Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja. Hal ini menunjukkan apabila suatu perusahaan memiliki citra yang baik di mata publik atau lebih khususnya di mata pelanggan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan kepada perusahaan, (3) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja. Hal ini menunjukkan apabila kepuasan yang dirasakan pelanggan semakin tinggi maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapat hasil yang baik yaitu sebagai berikut: (1) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dan dapat memperbanyak teori-teori tentang variabel yang digunakan serta dapat menggunakan teknik analisis data yang lain agar dapat menjadi acuan dari penelitian-penelitian selanjutnya dan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam manajemen pemasaran, (2) Untuk perusahaan Bengkel Mobil Sama Jaya Singaraja, diharapkan dapat lebih memperbaiki citra perusahaan di mata publik, yang mana pada indikator *reputation* lebih ditingkatkan dari segi tindakan-tindakan yang akan diambil perusahaan untuk kedepannya. Selain itu pada kepuasan pelanggan harus ditingkatkan dilihat dari indikator kesesuaian dengan ekspektasi/harapan pelanggan, agar pelanggan merasakan puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

#### Daftar Pustaka

- Aaker, D. A. (2004). Leveraging The Corporate Brand. *California Management Review*, 46(3), 6–18.
- Aprisia, G., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan (Corporate Image) Dan Penanganan Keluhan (Complaint Handling) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Loyalty) Natasha Skin Care Di Kota Padang. *Jurnal Osf Preprints*, 1(1), 1–13.
- Apriyanti, P., Surya, D., & Lutfi. (2017). Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(2), 159–166.

- Aydin, S., & Özer, G. (2005). The Analysis Of Antecedents Of Customer Loyalty In The Turkish Mobile Telecommunication Market. *European Journal Of Marketing*, 39(7–8), 910–925.
- Charisma Fidiansyah Putra, E. P. & I. P. N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan ( Survei Pada Pelanggan Bengkel Auto 2000 Sukun Malang ). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 61(2), 99–107.
- Darsono, L. (2004). Loyalty & Disloyalty: Sebuah Pandangan Komprehensif Dalam Analisa Loyalitas Pelanggan. *Kinerja Journal Of Business And Economics*, 8(2), 163–173.
- Deddy Rakhmad Hidayat, & Firdaus, M. R. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan : (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya). *Wawasan Manajemen*, 2(3), 237–249.
- Edy, M. (2011). *Pelanggan Pada Bengkel Ajisaka Motor Kudus*.
- Fony. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Hadji Kalla Palu. *E-Jurnal Katalogis*, 3(2), 51–67.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*. (B. P. U. Diponegoro (Ed.)).
- Griffin, J. (2003). *Menumbuhkan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Kertajaya, H. (2014). *Tourism Marketing 3.0*. Gramedia Pustaka Utama.
- Maskur, M., Qomariah, N., & Nursaidah. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang). *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, Vi(2), 212–221.
- Nugroho, N. A. (2015). *Loyalitas Pelanggan ( Survei Pada Counter Perdana Di Gresik )*. 20(1), 1–8.
- Prayoga, I. M. S., Yasa, N. N. K., & Wardana, M. (2015). Relational Benefit, Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Pt Honda Dewata Motor. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal Of Management And Entrepreneurship)*, 17(1), 11–20.
- Purnama, R., & Hidayah, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2), 187.
- Saselah, J. D., Koleangan, R. A. M., Kojo, C., Kualitas, P., Dan, P., Pelanggan, K., Saselah, J. D., Koleangan, R. A. M., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). *Loyalitas Pelanggan Bengkel Resmi Toyota Service Station Cv . Kombos Cabang Tendean The Influence Of Service Quality And Customer Satisfaction Of Loyalty Official Workshop Customers Toyota Station Service Cv . Kombos Tendean Branch Oleh : 7(4)*, 4809–4818.
- Subagja, I. K., & Susanto, P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1), 69–84.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian* (Alfabeta (Ed.)).

- Tjahjaningsih, E., & Maskur, A. (2015). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Pada Loyalitas (Studi Pada Klien Asuransi Prudential Pru Vision Kabupaten Pati). *Proceeding Fakultas Ekonomi*.
- Trianasari, N., Butcher, K., & Sparks, B. (2018). Understanding Guest Tolerance And The Role Of Cultural Familiarity In Hotel Service Failures. *Journal Of Hospitality Marketing & Management*, 27(1), 21–40.
- Umar, H. (2004). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (P. R. G. Persada (Ed.); 6th Ed.).
- Wungow, R. (2013). Kualitas Layanan, Citra, Nilai Dan Kepuasan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Rock Rand Manado. *Jurnal Emba*, 1(3), 90–98.
- Yudiana, F. E., & Setyono, J. (2016). Analisis Corporate Social Responsibility, Loyalitas Nasabah, Corporate Image Dan Kepuasan Nasabah Pada Perbankan Syariah. *Inferensi*, 10(1), 93.