Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce
Vol.3, No.1 Maret 2024
e-ISSN: 2962-0821; p-ISSN: 2964-5298, Hal 211-222
DOI: https://doi.org/10.30640/digital.v3i1.2202

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama

Ade Siantry
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Email : 202010325207@ubharajaya.ac.id

Dhian Tyas Untari
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Email : dhian.tyas@dsn.ubharaya.ac.id

Andrian Andrian
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Email : andriantahar@gmail.com

Abstract. *This research aims to determine the influence of product quality, price and service quality on customer loyalty at PT Karoseri. Adhicharism Pratama. This type of research is quantitative. The population in this study is unknown. The sampling technique uses Non-Probability Sampling using the Saturated Sample technique. The sample in this study amounted to 61 respondents. Data collection technique by distributing questionnaires via Google Form. Hypothesis testing in this research uses Multiple Linear Regression analysis. The research subjects were PT Karoseri consumers. Adhicharism Pratama. The results of this research show that the variables of product quality, price and service quality partially and simultaneously have a significant effect and have a positive influence on the customer loyalty variable.*

Keywords *: Product Quality, Price, Service Quality and Customer Loyalty*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Teknik sampling dengan menggunakan Non-Probability Sampling dengan menggunakan teknik Sampel Jenuh. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 61 responden. Teknik Pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner melalui Google Form. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Subjek penelitian yaitu konsumen Karoseri PT. Adhikarisma Pratama. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan pengaruh positif terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan

LATAR BELAKANG

Industri alat transportasi darat dan otomotif merupakan sektor industri yang berkembang cukup pesat di Indonesia. Yang mendorong berkembangnya industri transportasi dan otomotif adalah tingginya konsumsi alat transportasi umum yang terus meningkat setiap tahunnya, baik itu penggunaan angkutan pribadi seperti sepeda motor, mobil maupun angkutan umum seperti bus, angkutan umum, kereta api, dll. Persaingan yang semakin ketat pada sektor transportasi menyebabkan perusahaan transportasi berusaha keras untuk memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Tujuan utama industri jasa adalah

Received Januari 10, 2024; Accepted Februari 05, 2024; Published Maret 29, 2024
* Ade Siantry, *202010325207@ubharajaya.ac.id*

menghadirkan rasa kepuasan pada konsumen melalui pelayanan yang baik dan ramah sehingga dapat tercipta hubungan yang baik antara penyedia jasa dan konsumen.

Yang mendorong industri alat transportasi darat adalah meningkatnya permintaan akan transportasi penumpang. Pertumbuhan penduduk dan kondisi perekonomian yang baik menyebabkan peningkatan permintaan terhadap transportasi jalan raya.

Pengusaha yang memperhatikan keadaan saat ini akan mengalokasikan modalnya dengan berlomba-lomba mendirikan atau meningkatkan tempat usaha jasa transportasi. Salah satunya adalah Karoseri PT. Adhikarisma Pratama berlokasi di Bekasi, seiring bertambahnya jumlah perusahaan manufaktur karoseri mobil Indonesia maka persaingan antar pengusaha tersebut juga akan semakin meningkat. Saat ini konsumen yang kita jumpai sangat sensitif terhadap barang dan jasa yang mereka gunakan dan dapat beralih ke perusahaan lain jika merasa tidak puas. Oleh karena itu, pengusaha selalu ingin memberikan yang terbaik kepada konsumen.

Menurut (Yuliyanto, 2020) kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Maka dari itu variabel seperti, kualitas produk, fasilitas dan kualitas pelayanan sangat dibutuhkan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang mereka dapatkan dari Karoseri PT. Adhikarisma Pratama.

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan (Aldi et al., 2020). Sedangkan menurut menurut Bakti et al., (2020) kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

Menurut Dewi, (2020) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Selanjutnya menurut Sunarsi, (2020) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen".

Kepuasan konsumen diawali oleh keinginan membeli yang timbul karena terdapat berbagai faktor yang berpengaruh seperti pendapatan keluarga, harga yang di inginkan, keuntungan atau manfaat yang bisa diperoleh dari produk bersangkutan. Ketika konsumen mengambil keputusan, mungkin bisa terjadi perubahan faktor situasional yang bisa mempengaruhi intensitas pembelian (Solikha & Suprapta, 2020).

Tinggi rendahnya harga selalu menjadi patokan utama para konsumen dalam menilai puas atau tidaknya terhadap produk yang dibelinya. Berikut data penjualan Karoseri PT. Adhikarisma Pratama dari tahun 2020-2022.

Tabel 1. Data Penjualan Karoseri PT. Adhikarisma Pratama Dari Tahun 2020-2022

Tahun 2020		Tahun 2021		Tahun 2022	
Keterangan Barang	Penjualan (Unit)	Keterangan Barang	Penjualan (Unit)	Keterangan Barang	Penjualan (Unit)
Box Vertikal 6 Roda Std	199	Box Vertikal 6 Roda Std	498	Box Vertikal 6 Roda Std	240
Box Alm 6 Roda	158	Box Alm 6 Roda	253	Box Alm 6 Roda	158
Box Alm 4 Roda	143	Box Vertikal 4 Roda Std	172	Box Vertikal 4 Roda Std	154
Box Vertikal 4 Roda Std	100	Box Alm 4 Roda	117	Box Alm 4 Roda	75
Box Alm L300	56	Box Vertikal 4 rd	64	Box Alm L300	67
Box Alm 4 RD Long	46	Box Alm 4 RD Long	46	Box Alm ISUZU TRAGA	31
Box Vertikal 4 rd	19	Box Alm L300	13	Box Alm Gran Max Std	23
Box Alm Fuso	8	Box Alm Strada Triton	10	Box Vertikal 4 rd	6
Box Alm Gran Max Std	4	Box Alm Fuso	1	Box Alm Strada Triton	2
Box Alm Strada Triton	2	BOX VERTIKAL L300	1	Box Alm Fuso	1
Total	735	Total	1,175	Total	757

Sumber : PT. Adhikarisma Pratama

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa dari tahun 2020 total penjualan mencapai 735 unit, pada tahun 2021 total penjualan meningkat hingga mencapai 1.175 unit dan tahun 2022 total penjualan mengalami penurunan mencapai 757 unit. Dalam hal ini konsumen sebagai sasaran, selalu memutuskan sendiri apa yang ingin dibeli, dan ingin membelinya dimana. sehingga antara konsumen satu dengan konsumen yang lain, belum tentu akan memilih produk dan tempat membeli yang sama. Banyak sekali perusahaan karoseri yang muncul dan mengalami perkembangan, mereka saling bersaing menguasai konsumen, yaitu dengan menawarkan berbagai macam keunggulan fitur dengan melakukan inovasi dan menerapkan strategi yang tepat. Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan adalah dengan melaksanakan kegiatan promosi dengan maksimal yang dapat memberikan informasi secara jelas tentang produk.

Dari wawancara yang dilakukan dengan pemilik Karoseri PT. Adhikarisma Pratama, menurut pengelola masih sering dijumpai adanya suatu masalah yang dapat menyebabkan konsumen mengeluh, salah satunya yaitu konsumen yang baru menggunakan jasa Karoseri yang menganggap fasilitas yang di berikan kurang memadai pembuatan body dan interior terlalu lama, sedangkan untuk kualitas produk Karoseri PT. Adhikarisma Pratama sudah memiliki kualitas yang bagus sehingga dapat bersaing dengan karoseri ternama lainnya. Masalah sering terjadi ketika banyak orderan yang menumpuk dan diburu oleh waktu maka kualitas yang dihasilkan sedikit menurun dari kualitas biasanya, selain itu kualitas pelayanan Karoseri PT. Adhikarisma Pratama terkadang kurang memuaskan jika sedang ramai oleh orderan sehingga penyelesaian unit yang dipesan terlambat dari waktu yang dijanjikan di awal.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka penulis meneliti ke dalam sebuah judul skripsi yaitu "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama".

KAJIAN TEORITIS

A. Kualitas Produk

Menurut Lindasari et al., (2023) kualitas produk adalah suatu karakteristik suatu produk atau jasa yang dipengaruhi oleh kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan konsumen. Cesariana et al., (2022) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, keakuratan keseluruhan, kemudahan penggunaan dan perbaikan produk serta atribut produk lainnya.

Faktor-Faktor Kualitas Produk

Menurut Asti & Ayuningtyas, (2020) Kualitas produk dipengaruhi oleh banyak faktor. Di era industri sekarang ini, untuk meningkatkan penjualan di pasar, perusahaan pesaing berpikir untuk menjaga kualitas produk yang mereka miliki dan meningkatkan kualitasnya. menciptakan inovasi-inovasi terkini seiring dengan semakin selektifnya konsumen terhadap kualitas produk yang dibelinya. Oleh karena itu para pelaku usaha di berbagai bidang industri bergantung pada karakteristik produk dan produksinya ialah 6M :

1. *Market* (Pasar)
2. *Money* (Uang)
3. *Management* (Manajemen)
4. *Men* (Manusia)
5. *Motivation* (Motivasi)
6. *Material* (Bahan)

B. Kualitas Harga

Menurut Aldi et al., (2020) kualitas harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Bakti et al., (2020) mengemukakan bahwa kualitas harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang dan harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi. Sewa uang sekolah, ongkos, upah/fee, bunga, tarif, biaya penyimpanan, gaji dan komisi semuanya merupakan harga yang harus anda bayar untuk mendapatkan barang atau jasa. Harga

merupakan salah satu faktor penting dalam suatu bisnis, dengan harga maka perusahaan akan memperoleh pendapatan untuk menjamin keberlangsungan operasional bisnisnya (Mujid & Andrian, 2021).

C. Kualitas Pelayanan

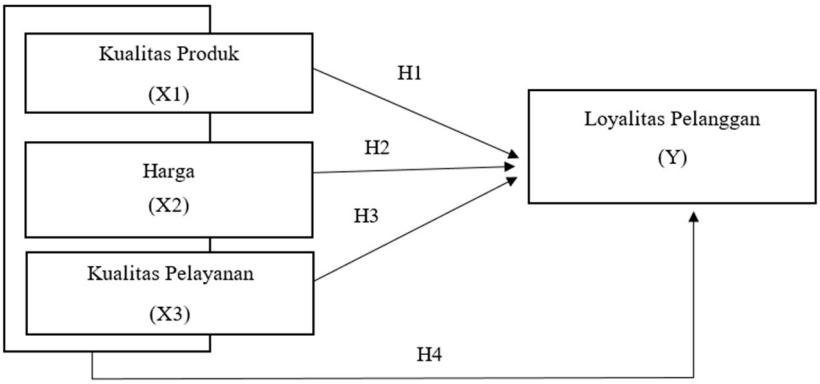
Menurut Prihandoyo, (2019) kualitas pelayanan mengacu pada segala bentuk kegiatan perusahaan yang digunakan untuk memenuhi harapan konsumen, pelayanan dalam hal ini dapat dipahami sebagai bentuk pelayanan atau pelayanan yang diberikan oleh suatu usaha jasa dalam bentuk yang nyaman dan cepat., hubungan baik, kompetensi dan keramahan, menyasar sikap dan ciri kepribadian dalam pemberian pelayanan yang ditujukan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai ukuran kualitas pelayanan yang diberikan dan kesesuaiannya dengan harapan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan dapat dicapai dengan memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Erinawati & Syafarudin,2021). Kemudian Lestari & Hidayat, (2019) mengungkapkan kualitas pelayanan adalah tingkat dimana keunggulan sangat diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan adalah tentang pemenuhan kebutuhan pelanggan.

D. Loyalitas Pelanggan

Menurut Astuti & Lutfi, (2020) loyalitas diartikan sebagai sesuatu yang didasarkan pada perilaku pembelian, khususnya pelanggan yang sering melakukan pembelian berulang dan berbelanja antar produk dan jasa. Sasongko, (2021) berpendapat bahwa loyalitas pelanggan seringkali disamakan dengan perilaku pembelian berulang. Kedua hal ini berkaitan, namun sebenarnya berbeda. Misalnya, dalam konteks suatu merek, loyalitas mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, sedangkan perilaku pembelian kembali mengacu pada pembelian berulang atas merek tertentu yang sama. Loyalitas dapat diukur dengan seringnya konsumen melakukan pembelian, dimana konsumen tersebut tidak terpengaruh dengan produk atau jasa yang ditawarkan pihak lain dengan jenis manfaat yang sama dan pelayanan yang diterima akan memuaskan konsumen (Unud, 2019)

E. Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran penelitian menunjukkan hubungan antara variable dapat digambarkan dan dijelaskan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Menurut Sujarweni (2018) jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan suatu fenomena. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner. Penelitian ini menggunakan data primer berupa pengamatan, wawancara dan kuesioner. Selain menggunakan data primer, dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder. Data sekunder yang digunakan oleh penulis adalah data kepustakaan yang didapatkan dari jurnal-jurnal penelitian, buku-buku referensi, dan dokumentasi dari pengumpulan data di PT. Adhikarisma Pratama.

Pada penelitian ini penulis menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas untuk memastikan data yang digunakan valid. Data dikumpulkan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden dalam bentuk kuesioner kemudian data yang sudah terkumpul akan diolah menggunakan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Uji Validitas

Uji Validitas ini dilakukan untuk mengetahui keabsahan dari kuesioner atau angket. Keabsahan disini mempunyai arti kuesioner atau angket yang digunakan mampu untuk mengukur apa seharusnya di ukur. Kuesioner dapat dikatakan valid, apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan yang terdapat dalam angket atau kuesioner tersebut adalah konsisten atau

stabil dari waktu ke waktu. Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Nilai r hitung diambil dari output SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Produk	0,684	0,2521	Valid
Harga	0,611	0,2521	Valid
Kualitas Pelayanan	0,698	0,2521	Valid
Loyalitas Pelanggan	0,716	0,2521	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai r hitung yang didapatkan oleh masing-masing pertanyaan variabel memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel yang mana memiliki nilai 0,2521, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2018) reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel. Dasar pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai Cronboach Alpha > 0,60 maka data yang di uji dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai Cronboach Alpha < 0,60 maka data yang di uji dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,859	0,600	Reliabel
2	Harga	0,871	0,600	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan	0,683	0,600	Reliabel
4	Loyalitas Pelanggan	0,657	0,600	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Hasil uji realiabilitas dapat dilihat pada tabel 3. *Realibility Statistic*. Di dapat Nilai Cronbach's Alpha yang dimana sudah memenuhi sesuai kriteria, nilai ini sudah lebih besar dari 0.60, maka hasil dari kuesioner yang disebar memiliki tingkat realiabilitas yang baik, atau dengan kata lain data hasil kuesioner yang di sebar dapat dipercaya.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan terhadap kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di karoseri PT. Adhikarisma Pratama, dapat dijelaskan melalui pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil perhitungan uji parsial yang menunjukkan nilai 2,768 dan t tabel 2.00100, dengan nilai signifikansi sebesar 0,008 < 0,05 maka Ho ditolak dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. hal ini menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan PT. Adhikarisma Pratama dipengaruhi oleh kualitas produk. Ketika konsumen memilih suatu produk, mereka juga sangat memperhatikan kualitasnya sehingga dengan semakin terpenuhinya keinginan untuk mendapatkan barang dengan kualitas yang bagus, maka tingkat loyalitas konsumen yang sudah menjadi pelanggan juga akan semakin tinggi. Jika konsumen merasa tidak mendapatkan produk dengan kualitas yang dirasakan baik maka mereka akan dengan mudah mencari alternative yang mereka rasa bisa sesuai keinginannya, maka perusahaan harus bisa menjaga kualitas produknya tersebut. Karena jika ternyata pelanggan merasa tidak bisa mendapatkan kualitas yang sesuai atau yang diinginkan maka pelanggan akan kehilangan loyalitasnya dikarena kecewa atau dikarenakan banyak alternatif lain yang dilain. Penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Nyonyie et al., (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil perhitungan uji parsial yang menunjukkan nilai 2,337 dan t tabel 2.00100, dengan nilai signifikansi sebesar 0,023 < 0,05 maka Ho ditolak dan H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H2 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung positif yang signifikan antara harga terhadap Loyalitas Konsumen. Dari hasil pengamatan awal yang dilakukan peneliti mendapatkan

gambaran bahwa Harga yang semakin sesuai atau semakin baik, maka loyalitas konsumen akan meningkat, sebaliknya jika harga semakin tidak sesuai maka loyalitas konsumen tersebut juga akan semakin menurun. Harga sebuah produk yang sesuai dengan yang mereka harapkan akan mendorong konsumen untuk memilih produk tersebut, sehingga konsumen akan terus melakukan pembelian. Dapat dikatakan bahwa jika harga yang ditetapkan PT. Adhikarisma Pratama semakin sesuai dengan harapan konsumen maka hal ini akan berdampak langsung pada meningkatnya loyalitas konsumen yang membeli karoseri PT. Adhikarisma Pratama. Sebaliknya apabila harga dinilai tidak sesuai atau tidak terjangkau menurut pandangan konsumen, maka loyalitas konsumen untuk berbelanja karoseri PT. Adhikarisma Pratama juga akan semakin berkurang. Penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Nofindri et al., (2021) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil perhitungan uji parsial yang menunjukkan nilai 2,475 dan t tabel 2.00100, dengan nilai signifikansi sebesar 0,016 < 0,05 maka Ho ditolak dan H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H3 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil pengamatan awal yang dilakukan peneliti mendapatkan gambaran bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas dengan nilai-nilai pribadinya dan mempunyai sikap positif terhadap pelayanan akan sangat loyal terhadap perusahaan. Pelanggan seringkali tidak loyal karena pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang lebih rendah dari yang mereka harapkan. Membangun kualitas layanan dan mengelola respons emosional pelanggan adalah landasan loyalitas layanan. Ketika terbukti kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga menjadi respon pelanggan terhadap apa yang diterimanya. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas dan respon emosional positif yang dihasilkan pelanggan. Penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Santoso, (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hasil uji simultan telah diperoleh F hitung nilai F hitung sebesar 20.263 dengan signifikansi senilai 0,000 dan F tabel senilai 2,76. Nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dan nilai signifikansi < 0,05. Dengan demikian H4 diterima, artinya terdapat pengaruh

signifikan antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil pengamatan awal yang dilakukan peneliti mendapatkan gambaran bahwa apabila ingin meningkatkan loyalitas pelanggan, maka PT. Adhikarisma Pratama harus memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan serta harga. Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayan yang baik serta harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan menyebabkan terjadinya kenaikan pada loyalitas pelanggan. Kualitas produk yang sesuai dengan konsumen maka dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini dapat terjadi untuk meningkatkan kualitas produk, yaitu dengan cara lebih mendetail lagi dalam membuat bentuk produk, menjaga kualitas ketahanan produk agar tahan lama. Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga memberikan upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, yaitu dengan cara menjaga agar karyawan selalu bersikap baik, sopan dan ramah terhadap pelanggan serta karyawan selalu cepat tanggap apabila terjadi komplain dari pelanggan dan harga menjadi salah satu faktor yang sangat penting bagi pelanggan karena harga akan dijadikan pedoman untuk mengukur kesesuaian antara fungsi produk dan manfaat yang akan diterima dengan pengorbanan yang telah diberikan. Penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Febriani & Cipta, (2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ada pengaruh secara parsial dan signifikan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di karoseri PT. Adhikarisma Pratama.
2. Ada pengaruh secara parsial dan signifikan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di karoseri PT. Adhikarisma Pratama.
3. Ada pengaruh secara parsial dan signifikan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di karoseri PT. Adhikarisma Pratama.
4. Variable kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di karoseri PT. Adhikarisma Pratama.

Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan hasil penelitian ini antara lain :

1. Kepada Perusahaan karoseri PT. Adhikarisma Pratama disarankan untuk:
   a. Perusahaan disarankan untuk mempertahankan harga yang ditawarkan kepada pelanggan. Karena harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan pelanggan akan loyal pada PT. Adhikarisma Pratama.
   b. Perusahaan disarankan untuk tetap menjaga kualitas produknya dan semoga kedepannya bisa dapat meningkatkan lagi kualitas produknya tersebut.
   c. Perusahaan disarankan untuk lebih memperhatikan lagi pada pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Apabila kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan baik maka pelanggan akan senang.

2. Bagi peneliti selanjutnya
   a. Dalam menentukan obyek penelitian yang akan diteliti, hendaknya mencari obyek penelitian yang memiliki kemudahan akses dalam hal pengumpulan data, karena hal tersebut dapat menyingkat waktu penelitian.
   b. Penelitian ini hanya 61 sampel, sehingga mengakibatkankan kesulitan dalam mengolah datanya. Bagi para peneliti selanjutnya sebaiknya mengambil sampel responden yang lebih banyak agar dalam mengolah data tidak mengalami kesulitan.
   c. Peneliti juga menyarankan agar peneliti selanjutnya melakukan penelitian lebih mendalam dengan meneliti variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya diskon, kepuasan pelanggan dan *electronic word of mouth*.

DAFTAR REFERENSI

Aldi Et Al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasab Konsumen Di Kedai Kopi Mustafa85 Pandeglang Banten (Studi. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 13(02), 313–318.

Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(01), 1–14. Https://Doi.Org/10.37366/Ekomabis.V1i01.2

Astuti, D. S., & Lutfi, M. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 9(2), 132–144. Https://Doi.Org/10.37932/J.E.V9i2.64

Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung. Jurnal Ekonomi, 22(1), 101–118. Https://Mediakonsumen.Com/2018/05/14/Sur

Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(1), 211–224. Https://Doi.Org/10.38035/Jmpis.V3i1.867

Dewi, S. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Kupi Datu Banjarbaru. E-Prints Uniska, 7(2), 45–65.

Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, 1(1), 130–146. Https://Doi.Org/10.46306/Vls.V1i1.10

Lestari, A. D., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Globat Jet Express (J & T) Surabaya. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 8(7), 1–19.

Lestari, A., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (Jab), 54(1), 74–81.

Lindasari, J., Natalia, F., Dwikotjo, F., & Sumantyo, S. (2023). Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pvn Shoes (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). 2(September), 2414–2428.

Mujid, A., & Andrian, A. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, 3(2), 66. Https://Doi.Org/10.31599/Jmu.V3i2.946

Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. Jurnal Geoekonomi, 10(1), 116–129. Https://Doi.Org/10.36277/Geoekonomi.V10i1.59

Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 3(1), 104–114. Https://Doi.Org/10.31933/Jimt.V3i1.707

Solikha, S., & Suprapta, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Go-Jek). Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 10(1), 67–81. Https://Doi.Org/10.37932/J.E.V10i1.91

Sujarweni. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif.

Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang Bsd Tangerang. E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, 21(1), 7–13.

Unud, E. M. (2019). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Industri Jasa Telah Menjadi Industri Yang Berkembang Pesat Dengan Menjadi Salah Satu Industri Yang Mulai Diminati Oleh Para Pelaku Usaha . Industri Jasa Sendiri Juga Memunculkan Banyak Lap. 8(3), 1430–1456.