

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan konsumen. Jenis penelitian yang diadopsi adalah kuantitatif dengan pendekatan hubungan asosiatif yang bersifat sebab-akibat. Populasi yang dijadikan objek dalam studi ini merupakan pelanggan yang melakukan transaksi pada PT. Indomobil Finance Indonesia Cabang Lumajang. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan metode acak (*Random Sampling*), dengan jumlah responden sebanyak 91 orang yang melakukan transaksi selama dua bulan, yakni pada Juni dan Juli tahun 2025. Penggalan data dilaksanakan melalui penyebaran angket sebagai instrumen utama.

Persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dalam studi ini adalah: $Y = 7,805 + 0,260X_1 + 0,245X_2 + 1,098$. Temuan dari pengujian statistik menunjukkan bahwa variabel bebas, yakni kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan pelanggan (X_2), keduanya memberikan pengaruh yang positif serta signifikan terhadap variabel terikat, yaitu kesetiaan konsumen (Y) pada PT. Indomobil Finance Indonesia Cabang Lumajang.

Dengan kata lain, menurut persepsi konsumen, apabila kualitas pelayanan serta tingkat kepuasan meningkat, maka kesetiaan pelanggan pun turut mengalami peningkatan. Sebaliknya, penurunan pada kedua variabel tersebut akan berpengaruh pada berkurangnya loyalitas konsumen. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dari pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y adalah sebesar 0,512. Ini mengindikasikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap loyalitas konsumen sebesar 51,2%, sedangkan sisanya, yaitu 48,8%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Keterbatasan dalam studi ini terletak pada ruang lingkup variabel yang dianalisis, yakni sebatas menelaah pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan konsumen. Adapun unsur-unsur lain yang turut berperan dalam membentuk loyalitas konsumen disarankan untuk dieksplorasi lebih lanjut oleh peneliti berikutnya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

This study aims to identify the extent to which service quality and customer satisfaction influence consumer loyalty. The research employs a quantitative method with an associative causal approach. The population under study consists of customers who conducted transactions at PT. Indomobil Finance Indonesia, Lumajang Branch. The sampling technique used was random sampling, with a total of 91 respondents who made transactions during the two-month period of June and July 2025. Data were collected through the distribution of questionnaires as the primary instrument.

The multiple linear regression equation derived from this study is: $Y = 7.805 + 0.260X_1 + 0.245X_2 + 1.098$. Statistical testing revealed that the independent variables—service quality (X_1) and customer satisfaction (X_2)—both have a positive and significant influence on the dependent variable, namely consumer loyalty (Y) at PT. Indomobil Finance Indonesia, Lumajang Branch. In other words, from the consumers' perspective, an improvement in service quality and satisfaction levels leads to increased customer loyalty. Conversely, a decline in these variables results in reduced loyalty. Furthermore, the coefficient of determination (R^2) obtained for the influence of X_1 and X_2 on Y is 0.512, indicating that service quality and customer satisfaction collectively contribute 51.2% to consumer loyalty. The remaining 48.8% is influenced by other factors not addressed in this study.

The limitation of this research lies in the scope of the analyzed variables, which only covers the impact of service quality and customer satisfaction on customer loyalty. Other elements that may also play a role in shaping consumer loyalty are recommended for further exploration by future researchers.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty