PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Bengkel Surya Motor Bandung)

Oleh:

SOIKI NURLAN

8412122060

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Sarjana Akuntansi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

UNIVERSITAS INSAN CENDEKIA MANDIRI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Bengkel Surya Motor Bandung)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Disusun Oleh :

Nama : Soiki Nurlan

NPM : 8412122060

Skripsi Ini

Disetujui Tanggal

…….....

Oleh :

Dosen Pembimbing

Agus Ismail S.T., M.B.A

NIDN. 0425117704

Mengesahkan,	**Mengetahui,**
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi Manajemen
Indriana Damaianti,S.E.,M.Ak.,Ph.D	**Risna Haryanti,SE.,M.M**
NIDN. 0405069203	**NIDN. 0426017502**

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan dibawah ini :

Nama	: Soiki Nurlan
Tempat Tanggal Lahir	: Garut 06 juli 2004
Jurusan	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi	: **Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan (studi kasus Pada Bengkel Surya Motor bandung)**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan tata tertib di Universitas Insan Cendekia Mandiri. Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Bandung 23 Oktober 2026



Soiki Nurlan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Loyalitas di Bengkel Surya Motor Bandung Jawa Barat. Pertumbuhan jumlah kendaraan roda empat di Kota Bandung mendorong persaingan yang ketat di bisnis jasa otomotif, sehingga Bengkel Surya Motor Bandung dituntut untuk mempertahankan pelanggan melalui peningkatan kualitas layanan dan strategi promosi yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan promosi, baik secara parsial maupun simultan, terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel Surya Motor Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi penelitian meliputi seluruh pelanggan aktif Bengkel Surya Motor Bandung, di mana pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner digital dan dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas layanan dan promosi masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan, kualitas layanan dan promosi juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Di antara kedua variabel independen tersebut, variabel promosi memberikan kontribusi pengaruh yang paling dominan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Kontribusi teoritis penelitian ini memperluas literatur manajemen pemasaran mengenai loyalitas pelanggan pada sektor jasa perbaikan otomotif. Secara praktis, penelitian ini memberikan saran bagi manajemen Bengkel Surya Motor Bandung untuk berfokus pada penguatan strategi promosi berbasis digital serta peningkatan kecepatan dan keandalan layanan operasional bengkel.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Promosi, Loyalitas Pelanggan, Bengkel Surya Motor Bandung.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality and promotion on customer loyalty at Bengkel Surya Motor Bandung, West Java. The growth in the number of four-wheeled vehicles in Bandung has driven intense competition within the automotive service industry, compelling Bengkel Surya Motor Bandung to retain customers by enhancing service quality and implementing effective promotional strategies. This research examines the impact of service quality and promotion—both individually and simultaneously—on customer loyalty at the workshop. A quantitative research method with a causal-associative approach was employed. The study population comprised all active customers of Bengkel Surya Motor Bandung, with sampling conducted using a non-probability, purposive sampling technique. Data were collected via digital questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that service quality and promotion each have a positive and significant partial effect on customer loyalty. Simultaneously, both variables were found to significantly influence the enhancement of customer loyalty. Among the two independent variables, promotion made the most dominant contribution to shaping customer loyalty. Theoretically, this study expands the marketing management literature regarding customer loyalty in the automotive repair service sector. Practically, the study suggests that Bengkel Surya Motor Bandung's management should focus on strengthening digital-based promotional strategies and improving the speed and reliability of the workshop's operational services.

***Keywords**: Service Quality, Promotion, Customer Loyalty, Bengkel Surya Motor Bandung.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas berkat rahmat, nikmat, dan berkah dari Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan (studi khasus pada Bengkel Surya Motor Bandung)". Selanjutnya tidak lupa penulis senantiasa mengirimkan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya.

Bantuan serta dukungan yang diberikan oleh banyak pihak sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan kemudahan dalam setiap proses yang dilalui penulis.
2. Malaikat dalam hidupku Ibu ku tercinta, terima kasih atas kasih sayang tanpa batas dan untaian do'a yang selalu dipanjatkan untuk setiap langkah penulis hingga ke titik ini.
3. Pahlawan hidupku Bapak pahlawan ku, terima kasih atas keringat, kerja keras, dan bahu kokoh mu yang selalu siap memikul seluruh impian masa depan penulis.
4. Kepada Bapak Agus Ismail S.T.,M.BA selaku dosen pembimbing atas ilmu, kesabaran, dan bimbingan tulus yang mengantarkan penulis untuk menyelesaikan laporan tugas akhir ini hingga selesai.
5. Kepada Bapak Dr. Ir. H. Asep Najmudin, M.P. selaku Rektor Universitas Insan Cendekia Mandiri.
6. Kepada Indriana Damaianti, S.E., M.Ak., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Kepada Risna Haryati S.E, M.M. selaku Kaprodi Manajemen
8. Ibu dana Bapak Dosen Studi Manajemen yang bersedia memberikan ilmu yang bermanfaat selama menempuh masa perkuliahan.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen angkatan 2022 atas semua kenangan serta kebersamaan yang amat berharga.

10. Pihak-pihak lain atas dukungan serta do'a yang tidak bisa penulis uraikan.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberi balasan serta menjadika amal baik segala bantuan, dukungan serta do'a. Masih banyak kekurangan yang penulis sadari dari keterbatasan pengetahuan penulis. Penulis sangat menerima apabila ada kritik serta saran dari pembaca, semoga adanya skripsi ini bisa menjadi manfaat bagi pembaca.

Bandung Sep 2026

Soiki Nurlan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
SURAT PERNYATAAN ..... **iii**
ABSTRAK ..... **iv**
ABSTRACT ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR DIAGRAM ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar belakang 1
1.2 Rumusan masalah 6
1.3 Tujuan penelitian 6
1.4 Manfaat penelitian 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **9**
2.1 Landasan Teori 9
2.1.1 Manajemen Pemasaran 9
2.1.2 Kualitas layanan 9
2.1.3 Promosi 12
2.1.4 Loyalitas pelanggan 15
2.2 Penelitian Terdahulu 19
2.3 Kerangka penelitian 26
2.3.1 Apakah kualitas layanan (X1) brperngaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggana (Y) 26
2.3.2 Apakah promosi (X2) brpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) 26
2.3.3 Apakah kualitas layanan (X1) dan promosi (X2) secara bersama-sama brpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan(Y) 26
2.4 Hipotesis Penelitian 27

BAB III METODE PENELITIAN 29
3.1 Objek Penelitian 29
3.2 Unit Analisis 29
3.3 Populasi Dan Sampling 30
3.3.1 Populasi 30
3.3.2 Sampel 30
3.4 Jenis dan Sumber Data 31
3.4.1 Sumber Data 31
3.5 Teknik Pengumpulan Data 32
3.6 Teknik Pengukuran Data 32
3.7 Operasionalisasi Data 33
3.8 Metode Analisis Data 36
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif 37
3.8.2 Uji Instrumen 37
3.8.3 Uji Asumsi Klasik 38
3.8.4 Analisis Linier Berganda 39
3.8.5 Pengujian Hipotesis 39
3.8.6 Koefisien Determinasi (R^2) 40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 41
4.2 Karakteristik Responden 41
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian 42
4.4 Hasil Uji Intrumen 44
4.4.1 Uji Validitas 44
4.4.2 Uji Reliabilitas 45
4.5 Hasil uji Asumsi Klasik 45
4.5.1 Uji Normallitas 46
4.5.2 Uji Multikolinearitas 47
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas 48
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda 49
4.7 Uji Hipotesis 50
4.7.1 Uji t Parsial 50

4.7.2 Uji F Simultan 51
4.8 Uji Determinasi 52
4.9 Pembahasan 53
4.9.1 Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) 53
4.8.2 Pengaruh Promosi (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) 53
4.8.3 Pengaruh kualitas layanan (X1) dan promosi (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y)..... 54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 55
5.1 Kesimpulan..... 55
5.2 Saran 56
DAFTAR PUSTAKA..... 58
LAMPIRAN..... 63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 19
Tabel 3.1 Skala Likert 33
Tabel 3.2 Matriks Operasionalisasi Variabel Penelitian 34
Tabel 3.3 Koefisien Relibilitas 37
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 41
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia 42
Tabel 4.3 Interval Rentang Skala 43
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif 43
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validasi 44
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas 45
Tabel 4.7 Pengujian Normalitas 46
Tabel 4.8 Pengujian Multikolinieritas 47
Tabel 4.9 Pengujian Heteroskedastisitas 48
Tabel 4.10 Pengujian Analisis Linier Berganda 49
Tabel 4.11 Pengujian Uji t Parsial 50
Tabel 4.12 Pengujian Uji F Simultan 51
Tabel 4.13 Pengujian Uji Determinasi 52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 27

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Jumlah kendaraan di kota Bandung 1

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Perizinan Pembagian Kuisoner 63
Lampiran 2 Dokumentasi Instrumen Penelitian..... 64
Lampiran 3 Identitas Responden..... 66
Lampiran 4 Kuesioner..... 72
Lampiran 5 Tabulasi Data 73
Lampiran 6 Hasil SPSS..... 76
Lampiran 7 Kartu Bimbingan 80
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup..... 81