

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KERJA
TERHADAP KINERJA KARYAWAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**
(Studi Kasus Pada Bengkel AHASS Area Purwokerto)

Andang Nofiana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Hengky Widhiandono

email:devara2014@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto

ABSTRACT

This research has aim to partially analyse the effects: 1) Work satisfaction on worker's performance, 2) work satisfaction on customer loyalty, 3) worker's performance on customer loyalty. The type of research is a survey research.

The research was conducted in AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) service station Purwokerto division which amounted to 9 locations, the research used 101 technician or mechanic and customer service as well as 101 service customers as respondents. The hypothesis verification used linier regression analysis. The result was: 1) Work satisfaction has positive significant effect on worker's performance, 2) Work satisfaction has no significant effect on customer's loyalty, 3) Worker's performance has effect on customer's loyalty.

Keywords: *Work satisfaction, Worker's performance, Customer's loyalty*

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh secara parsial: 1). kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan, 2).kepuasan kerja terhadap loyalitas pelanggan, 3).kinerja karyawan terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian survei.

Penelitian ini mengambil lokasi di bengkel AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) area Purwokerto yang berjumlah 9 bengkel, penelitian ini menggunakan 101 karyawan teknisi/mekanik dan pelayanan serta 101 pelanggan servis sebagai responden penelitiannya. Pembuktian hipotesis penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah 1).Kepuasan kerja memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap kinerja karyawan, 2). Kepuasan kerja tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, 3).Kinerja karyawan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kepuasan kerja, kinerja karyawan, loyalitas pelanggan

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis jasa perbengkelan khususnya di daerah kota Purwokerto sangat ketat, masing-masing bengkel memiliki strategi tersendiri untuk memenangkan konsumen atau pelanggan. Berbagai cara yang ditempuh oleh setiap bengkel untuk memenangkan persaingan memang berbeda, tetapi pada dasarnya mereka menekankan pada kualitas pelayanan untuk mendapatkan konsumen yang puas dan loyal. Loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai pembelian berulang terhadap produk/ jasa yang dilakukan konsumen pada perusahaan. Menurut Griffin (2003) loyalitas pelanggan lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih. Jadi kualitas bengkel menjadi kunci memenangkan persaingan.

Banyaknya usaha jasa bengkel yang berdiri menjadi pesaing bagi bengkel resmi sepeda motor khususnya merek Honda. Dalam kondisi yang demikian, keunggulan dalam pelayanan serta kemampuan teknisi menjadi pilihan yang menentukan bagi pelanggan. Masyarakat cenderung lebih memilih menservis sepeda motor pada bengkel yang lebih dekat, murah dan cepat. Banyak dari konsumen menganggap semua bengkel menjual

suku cadang yang sama dan memiliki kualitas teknisi yang sama pula dengan bengkel resmi Honda. Maka dari itu PT Astra Honda Motor harus memiliki strategi yang unggul untuk mengimbangi munculnya usaha-usaha bengkel servis yang tidak sesuai dengan standar perusahaan.

Kinerja karyawan merupakan salah satu cara untuk memperoleh kesetiaan atau loyalitas pelanggan. Kinerja dapat didefinisikan sebagai hasil karya atau hasil kerja seorang karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya. Kinerja karyawan dapat timbul karena adanya kepuasan karyawan dalam bekerja. Kepuasan kerja merupakan perasaan puas yang dirasakan oleh karyawan dalam bekerja.

Penelitian ini bermaksud untuk melanjutkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indrawati (2013) dengan objek penelitian pada rumah sakit swasta di Denpasar. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel kepuasan konsumen yang diganti menjadi loyalitas pelanggan. Alasan penggantian variabel ini karena, mengutip pernyataan Griffin (2003) kepuasan pelanggan diperlukan untuk kesuksesan bisnis, kepuasan pelanggan tidak cukup untuk membangun atau membentuk basis pelanggan yang loyal. Tingkat kepuasan yang tinggi belum tentu menghasilkan pembelian berulang dan peningkatan penjualan. Oleh karena itu penelitian ini mengambil judul **“ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DAN LOYALITAS PELANGGAN”**.

Berdasarkan dari latar belakan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah kepuasan kerja secara parsial berpengaruh terhadap kinerja karyawan ?
2. Apakah kepuasan kerja secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ?
3. Apakah Kinerja karyawan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ?

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kepuasan kerja terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kinerja karyawan terhadap loyalitas pelanggan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Kepuasan Kerja

Menurut Hariandja (2009) kepuasan kerja didefinisikan dengan hingga sejauh mana individu merasakan secara positif atau negatif berbagai macam faktor atau dimensi dari tugas-tugas dalam pekerjaannya. Robbin dan judge (2008) menyatakan bahwa kepuasan kerja merupakan suatu perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari sebuah evaluasi karakteristiknya.

2.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja

Menurut Wexley dan Yulk, dalam Suwatno dan Priansa (2011) Kepuasan Kerja dipengaruhi oleh sekelompok faktor. Faktor-faktor ini dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu yang termasuk dalam variabel situasional, karakteristik individu dan karakteristik pekerjaan.

a. Variabel-variabel yang bersifat situasional

1. *Reference Group* (pengaruh kelompok acuan)

Kelompok acuan merupakan kelompok dimana individu sering kali meminta petunjuk atau pendapat dalam menghadapi persoalan-persoalan yang ditemuinya. Kelompok acuan ini dapat mempengaruhi harapan-harapan seseorang terhadap pekerjaan.

2. *Jobs factors in Priors Experiences* (pengaruh dari pengalaman kerja sebelumnya)

Persepsi terhadap masa lalu penting artinya untuk membentuk harapan minimum yang mungkin diperoleh dari pekerjaan pada saat ini.

3. *Current Social Comparison* (perbandingan terhadap situasi yang ada)

Seorang pekerja selalu berharap untuk bisa mendapatkan hasil yang seimbang antara apa yang telah diberikannya kepada perusahaan dengan apa yang diperoleh dari perusahaan. Untuk itu sering kali orang membandingkan apa yang diperolehnya saat ini dengan yang pernah ia peroleh dimasa lampau. Apabila terdapat

ketidakseimbangan, maka dapat menimbulkan ketidakpuasan.

- b. Karakteristik Individu
 1. *Need* (Kebutuhan-kebutuhan individu)
Kebutuhan merupakan salah satu sifat dasar manusia. Secara garis besar ada dua golongan utama kebutuhan manusia yaitu kebutuhan biologis dan kebutuhan psikologis. Dalam hubungannya dengan pekerjaan maka kebutuhan-kebutuhan ini perlu diketahui dan dipelajari, karena kebutuhan mempengaruhi tingkah laku pekerja dalam perusahaan. Kepuasan kerja tergantung pada seberapa jauh individu merasakan bahwa kebutuhannya terpenuhi atau tidak terpenuhi.
 2. *Values* (Nilai-nilai yang dianut individu)
Nilai individu merupakan pendapat atau pandangan individu yang sifatnya relatif stabil mengenai tingkah laku yang dianggap benar dan salah. Nilai-nilai yang dianut ini akan mempengaruhi individu dalam memilih pekerjaan dan dalam menjalankan tugasnya.
 3. *Personality Traits* (Ciri-ciri kepribadian)
Ciri-ciri kepribadian seseorang akan besar pengaruhnya pada cara orang berpikir, cara memutuskan sesuatu, merasakan sesuatu, cara orang tersebut menyelesaikan pekerjaannya.
- c. Karakteristik Pekerjaan
 1. *Compensation* (Imbalan yang diterima)
 2. *The work it self* (pekerjaan itu sendiri)
 3. *Advancement Opportunity* (Kesempatan untuk memperoleh perubahan status)
 4. *Co workers* (Hubungan antar rekan kerja)
 5. *Job Security* (keamanan kerja)

2.2 Kinerja Karyawan

Kinerja menurut Mangkunegara (2012) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Sedangkan Menurut Sedarmayanti (2011) mengungkapkan bahwa :“Kinerja merupakan terjemahan dari *performance* yang berarti Hasil kerja seorang pekerja, sebuah proses manajemen atau suatu organisasi secara keseluruhan, dimana hasil kerja tersebut harus dapat ditunjukkan buktinya secara konkrit dandapat diukur (dibandingkan dengan standar yang telah ditentukan).”

2.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja menurut Mangkunegara (2012) yaitu :

- a. Faktor Kemampuan (*Ability*)
Secara psikologis, kemampuan (*ability*) terdiri dari kemampuan potensi (*IQ*) dan kemampuan *reality* (*knowledge + skill*). Artinya, pimpinan dan karyawan yang mempunyai *IQ* di atas rata-rata (*IQ 110-120*) apalagi *IQ Superior, very superior, gifted* dan *genius* dengan pendidikan yang memadai untuk jabatannya dan terampil dalam mengerjakan pekerjaan sehari-hari, maka akan lebih mudah mencapai kinerja maksimal.
- b. Faktor motivasi (*Motivation*)
Motivasi diartikan suatu sikap (*attitude*) pimpinan dan karyawan terhadap situasi kerja (*situation*) dilingkungan organisasinya. Mereka yang bersikap positif (*pro*) terhadap situasi kerjanya akan menunjukkan motivasi kerjatinggi dan sebaliknya jika mereka bersifat negatif (*kontra*) terhadap situasi kerjanya akan menunjukkan motivasi kerja yang rendah. Situasi kerja yang dimaksud mencakup antara lain hubungan kerja, fasilitas kerja, iklim kerja, kebijakan pimpinan, pola kepemimpinan kerja dan kondisi kerja.

2.3 Loyalitas Pelanggan

Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Secara harfiah loyal berarti setia atau loyalitas diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dari kesadaran dalam diri sendiri. Menurut Griffin (2003) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai berikut: “Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap

barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih”.

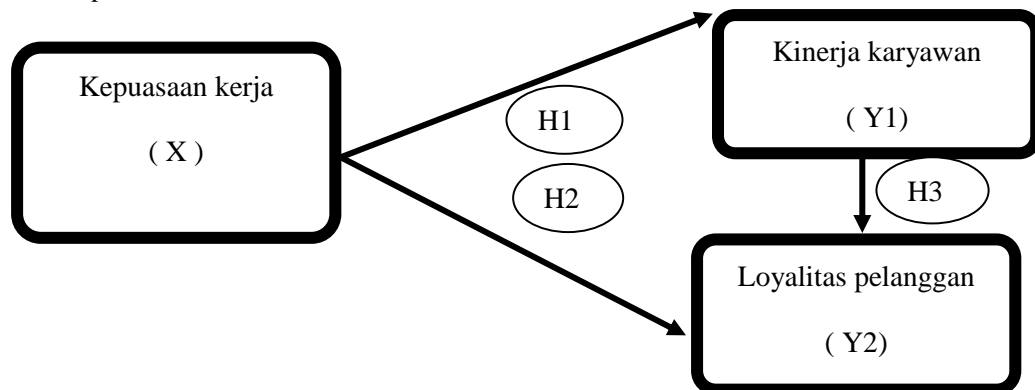
2.3.1 Upaya Meningkatkan loyalitas pelanggan

Meningkatkan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Menurut Kotler dan Keller (2009) lima jenis kegiatan pemasaran penting yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah:

1. Berinteraksi dengan pelanggan
Mendengarkan pelanggan merupakan hal penting dalam manajemen hubungan pelanggan. Beberapa perusahaan menciptakan mekanisme berkelanjutan yang membuat manajer senior dapat terus terhubung dengan umpan balik pelanggan dari lini depan.
2. Mengembangkan program loyalitas
Dua program loyalitas pelanggan yang dapat ditawarkan perusahaan adalah program frekuensi dan program pemasaran klub. Program frekuensi dirancang untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan yang sering membeli dan dalam jumlah besar. Program keanggotaan klub dapat terbuka bagi semua orang yang membeli produk atau jasa, atau hanya terbatas bagi kelompok yang berminat atau mereka yang bersedia membayar sejumlah kecil iuran. Meskipun klub terbuka baik untuk membangun *database* atau menangkap pelanggan dari pesaing, klub keanggotaan yang terbatas merupakan pembangunan loyalitas jangka panjang yang lebih kuat.
3. Mempersonalisasi Pemasaran
Personel perusahaan dapat menciptakan ikatan yang kuat dengan pelanggan yang cerdas mengubah pelanggan mereka menjadi *klien*.
4. Menciptakan ikatan institusional
Perusahaan dapat memasok pelanggan dengan peralatan khusus atau hubungan komputer yang membantu pelanggan mengelola pesanan, penggajian, dan persediaan.
5. Memenangkan Kembali
Tanpa melihat sifat kategori atau seberapa keras perusahaan dapat mencoba, kita tidak dapat mencegah beberapa pelanggan tidak aktif atau keluar. Tantangannya adalah mengaktifkan kembali pelanggan yang tidak puas melalui strategi pemenangan kembali.

2.4 Kerangka Pemikiran

Karyawan menjadi pelaku yang menunjang tercapainya tujuan, mempunyai pikiran, perasaan, dan keinginan, yang dapat mempengaruhi sikap-sikapnya terhadap pekerjaannya (Hasibuan, 2007). Kepuasan kerja karyawan harus diciptakan sebaik-baiknya agar kinerjanya menjadi tinggi. Pada umumnya kinerja karyawan garis depan yang baik akan berpengaruh pada kesetiaan pelanggan. Griffin (2003) menyatakan bahwa pelanggan berulang memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk merasa terpuaskan, dan pegawai yang berurusan dengan pelanggan yang puas cenderung lebih menikmati pekerjaannya, melakukan pekerjaannya dengan lebih baik dan tetap bekerja pada perusahaan tersebut.



Gambar 2.1. Kerangka Penelitian

2.5 Hipotesis

- H₁ :Kepuasan kerja karyawan secara parsial berpengaruh terhadap kinerja karyawan.
- H₂ :Kepuasan kerja karyawan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
- H₃ :Kinerja karyawan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian *survey*, yaitu penelitian dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Arikunto, 2010).

3.2 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah menganalisis karyawan dan pelanggan pada bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) area Purwokerto.

3.3 Populasi , Sampel dan Teknik Sampling

1.Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh karyawan teknisi dan petugas pelayanan berjumlah 101 orang pada bengkel resmi PT Astra Honda Motor di area Purwokerto dan seluruh pelanggan servis bengkel.

2. Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan dua sampel. Pertama, seluruh karyawan teknisi dan petugas pelayanan menggunakan teknik sampling sensus yang berjumlah 101 pada bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*). Kedua, yaitu pelanggan bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) menggunakan teknik sampling *purposive* dengan persyaratan: (1) pelanggan dengan usia minimal 15 tahun (minimal pelajar SMA);(2) pelanggan melakukan servis sebanyak 2 kali atau lebih terbebas dari masa servis gratis;(3) Kepemilikan sepeda motor atas nama sendiri, orang tua, dan orang lain (kerabat/saudara, motor yang dibeli bekas dan masih atas nama pemilik lama).

Untuk menentukan jumlah sampel pelanggan menggunakan rumus dari Umar (2002) yaitu:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{za/2}{e} \right]^2$$

Keterangan:

n= Ukuran sample yang diduga

Z= *Confidence coefficient*

e= Standar error

Dalam penelitian ini nilai dari *Confidence coefficient*(z) adalah 95% dalam tabel bernilai 1,96. Standar error yang diterima (e) adalah 10%.

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,10} \right]^2 = 96,04 = 96 \text{ (pembulatan)}$$

Dengan demikian, ukuran sampel minimal yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 96 responden pelanggan. Namun untuk mengantisipasi kemungkinan adanya kuesioner yang tidak kembali, tidak lengkap/rusak, peneliti akan mengambil sebanyak 101 responden pelanggan.

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih *substantive* dari suatu konsep. Tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya.

1. Variabel (X) Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja dapat didefinisikan sebagai perasaan positif terhadap suatu pekerjaan, yang merupakan dampak atau hasil evaluasi dari berbagai aspek pekerjaan tersebut, khususnya pada bagian teknisi bengkel dan petugas pelayanan pada bengkel AHASS area Purwokerto

Indikator Kepuasan Kerja adalah sebagai berikut:

- a. *The work it self* (pekerjaan itu sendiri), pekerjaan tersebut menarik bagi karyawan yang melaksanakan.
- b. *Pay*, Semua pendapatan yang diterima dari pekerjaan sebagai teknisi/petugas pelayanan.
- c. *Growth and Upward Mobility*, kesempatan karyawan untuk meningkatkan jabatan lebih tinggi (promosi).
- d. *Supervision*, pengawas yang mendorong dan membantu karyawan dalam bekerja.
- e. *Co-Workes*, kerja sama dan dukungan dari rekan kerja.
- f. *Attitude Toward Work*, sikap baik/kesan terhadap pekerjaannya.

2. Variabel (Y1) Kinerja Karyawan

Kinerja adalah perilaku nyata yang ditampilkan karyawan teknisi dan pelayanan sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan tersebut sesuai dengan perannya dalam bengkel.

6 kriteria dasar atau dimensi untuk mengukur kinerja, yaitu :

- a. Kuantitas (*Quantity*), terkait dengan seberapa banyak teknisi menservis sepeda motor pada satu hari kerja dengan baik.
- b. Kualitas (*Quality*), hasil jasa yang memuaskan pelanggan bengkel.
- c. Ketepatan waktu (*Timeliness*), ketepatan waktu karyawan teknisi dan pelayanan menyelesaikan pekerjaannya.
- d. Efektivitas biaya (*Cost Effectiveness*), ketepatan dalam penggunaan sumber perusahaan seperti suku cadang, teknologi dan material.
- e. Kebutuhan akan pengawasan (*Need for Supervision*), mendapat dukungan dari atasan.
- f. Hubungan antar perseorangan (*Interpersonal Impact*), hubungan dan kerja kerja sama antar sesama karyawan dalam bekerja.

3. Variabel (Y2) Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen untuk menservis sepeda motor kembali di masa yang akan datang meskipun dipengaruhi oleh situasi dan keadaan pasar yang dapat menyebabkan berpindahnya servis sepeda motor ke bengkel lain. Indikator loyalitas pelanggan sebagai berikut:

- 1) *Repeat Purchase*, pelanggan melakukan servis sebanyak 2 kali atau lebih.
- 2) *Reward*, selain pelanggan datang untuk servis, mereka akan membeli produk yang di jual oleh bengkel.

- 3) *Recommendation*, merekomendasikan produk dan jasa bengkel kepada orang yang dikenal (teman/saudara).
- 4) Merasa puas keseluruhan dan percaya dengan pelayanan di bengkel.
- 5) *Refuse*, kebal terhadap tarikan pesaing atau tidak terpengaruh untuk servis di bengkel lain.

IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 *Respon rate*

Peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 202 (untuk karyawan dan pelanggan). Kuesioner kembali dengan terisi lengkap sebanyak 202.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* menyatakan model 1 (kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan) bernilai 0,908, model 2 (kepuasan kerja terhadap loyalitas pelanggan) bernilai 0,402 dan model 3 (kinerja karyawan terhadap loyalitas pelanggan) bernilai 0,944, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian telah terdistribusi normal, karena nilai *asympt.sig* lebih dari 0,05.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji glejser, hasil uji model 1 (kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan) bernilai 0,915, model 2 (kepuasan kerja terhadap loyalitas pelanggan) bernilai 0,350, dan model 3 (kinerja karyawan terhadap loyalitas pelanggan) bernilai 0,606. Nilai signifikansi keseluruhan lebih dari 0,05 yang artinya model regresi diasumsikan tidak terdapat heteroskedastisitas.

4.2.2 Uji koefisien korelasi

Model 1 (kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan) bernilai 0,377 dengan signifikansi <0,05 (0,000). Model 2 (kepuasan kerja terhadap loyalitas pelanggan) bernilai -0,012 dengan signifikansi >0,05 (0,451) dan model 3 (kinerja karyawan terhadap loyalitas pelanggan) bernilai 0,190 dengan signifikansi <0,05 (0,028).

4.2.3 Analisis regresi linier sederhana

Berdasarkan hasil koefisien regresi model persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

Model 1 $Y = 13,245 + 0,323X_1$

Model 2 $Y = 21,654 - 0,011X_1$

Model 3 $Y = 17,048 + 0,200Y_1$

4.2.4 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian uji t, ada dua model yang hipotesisnya diterima yaitu model 1 (kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan) karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,049 > 1,664$, dan model model 2 (kinerja karyawan terhadap loyalitas pelanggan) karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,928 > 1,664$.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan

Berdasarkan pengujian hipotesis, diketahui bahwa variabel kepuasan kerja memiliki t_{hitung} sebesar 4,049 dan t_{tabel} sebesar 1,664 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,049 > 1,664$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel kepuasan kerja secara parsial berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Dengan demikian hipotesis pertama yang berbunyi kepuasan kerja secara parsial berpengaruh terhadap kinerja karyawan **diterima**.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian Indrawati (2013) yaitu kepuasan kerja karyawan berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja karyawan namun dengan berbeda objek yaitu di rumah sakit swasta di Denpasar. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian dari Parwanto dan Wahyudin (2011) bahwa faktor-faktor kepuasan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan dengan objek pusat pendidikan komputer akuntansi IMKA di Surakarta.

4.3.2 Pengaruh kepuasan kerja terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua, diketahui bahwa variabel kepuasan kerja memiliki $t_{hitung} -0,124$ sebesar dan t_{tabel} sebesar 1,664 dengan demikian $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ yaitu $-0,124 < 1,664$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel kepuasan kerja secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis kedua yang berbunyi kepuasan kerja secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan **ditolak**.

Penelitian lainnya yang mengkaji mengenai kepuasan kerja terhadap loyalitas pelanggan dilakukan oleh Sukotjo (2008) yang berjudul pengaruh kepuasan kerja terhadap kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan pada perguruan tinggi swasta (PTS) di Jawa Timur yang memiliki hasil kepuasan kerja berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan adanya perbedaan objek penelitian dan metode analisis dapat mengakibatkan hasil penelitian yang berbeda.

Objek penelitian bengkel dan perguruan tinggi termasuk bidang jasa, tetapi terdapat perbedaan kepuasan kerja diantara kedua tempat tersebut. Dilihat dari faktor pendapatan/gaji kedua profesi ini, pendapatan karyawan perguruan tinggi lebih besar daripada karyawan bengkel, sehingga kepuasan kerja mereka mendorong munculnya loyalitas pelanggan.

4.3.3 Pengaruh kinerja karyawan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga, diketahui bahwa variabel kinerja karyawan memiliki $t_{hitung} 1,928$ dan t_{tabel} sebesar 1,664 sehingga diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,928 > 1,664$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti variabel kinerja karyawan berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hipotesis yang berbunyi kinerja karyawan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan **diterima**.

Penelitian ini mendukung penelitian dari Djati dan Darmawan (2005) dengan judul pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan, kepercayaan dan kesetiaan pelanggan dengan objek usaha *retail*. Penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel kinerja karyawan berpengaruh tidak langsung terhadap variabel kesetiaan pelanggan.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Kepuasan kerja secara parsial berpengaruh terhadap kinerja karyawan.
2. Kepuasan kerja secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. Kinerja karyawan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, pihak bengkel disarankan lebih memperhatikan dan mempertimbangkan adanya kenaikan pendapatan/gaji karyawan, agar kepuasan kerja karyawan lebih meningkat.

2. Untuk mempertahankan pelanggan, pihak bengkel diharapkan memberikan kinerja layanan yang memuaskan, fasilitas bengkel yang bagus, diskon untuk servis/ pembelian suku cadang.
3. Kinerja karyawan dapat ditingkatkan dengan cara membina hubungan komunikasi yang baik dengan sesama karyawan dan atasan.
4. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan sebagai variabel intervening sehingga diharapkan model penelitian selanjutnya akan lebih baik.
5. Hal yang dapat direkomendasikan bagi peneliti mendatang terkait dengan hasil penelitian ini adalah dapat menambah kajiannya dengan memperbanyak jumlah sampel penelitian, sehingga hasilnya menjadi akurat. Serta teknik pengambilan sampel merata dari pagi hingga sore agar karakteristik pelanggan merata.
6. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk memilih usaha bengkel AHASS sebagai objeknya, karena penelitian ini perlu digali lebih mendalam dan penelitian pada bengkel AHASS masih sedikit.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2010. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta, Rineka Karya.
- Djati, S. Pantja dan Didit Darmawan. 2005. *Jurnal Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Kesetiaan Pelanggan*. (diakses Juni 2015)
- Griffin, Jill. 2003. *Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Hariandja, Marihot Tua Efendi. 2009. *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: PT Grasindo
- Hasibuan, Malayu S.P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Indrawati, Ayu Desi. 2013. *Jurnal Pengaruh Kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan dan kepuasan pelanggan pada Rumah Sakit Swasta Di kota Denpasar*
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Mangkunegara. 2012. *Evaluasi kinerja sumber daya manusia*. Bandung: PT Refika Aditama
- Parwanto dan Wahyudin. 2011. *Jurnal pengaruh faktor-faktor kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan pusat pendidikan komputer akuntansi IMKA di Surakarta*.
- Robbins dan Judge. 2008. *Perilaku Organisasi*. edisi 12. Salemba empat: Jakarta
- Rivai dan Sigala. 2011. *Manajemen sumber daya manusia untuk perubahan*. Bandung, PT Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kesepuluh. Bandung: Alfabeta
- Sukotjo, Hendri. 2011. *Jurnal Kepuasan kerja terhadap kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada PTS di Jawa Timur*. (diakses Juni 2015)
- Suwatno dan Priansa, Donni Juni. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan, dari teori ke praktek*. Rajawali Pers: Jakarta
- Umar, Husein. 2002. *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. PT Gramedia Pustaka: Jakarta.