BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Data dan Analisis

4.1.1 Analisis Kualitatif

Dalam penelitian ini disebarkan kuesioner kepada para konsumen AHASS BLPT Yogyakarta untuk dimintai tanggapan mengenai kualitas jasa yang terdiri dari keandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4), berwujud/ atau bukti fisik (X5).

Dalam daftar pernyataan yang diajukan kepada responden terdiri dari 5 jawaban yaitu:

- Sangat Setuju (SS)
- Setuju (S)
- Cukup (C)
- Tidak Setuju (TS)
- Sangat Tidak Setuju (STS)

a. Variabel Keandalan (X1)

Tabel 4.1

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keandalan (X1)

Kategori	F	%	Skor	F x skor
SS	28	29,2	5	140
S	45	46,9	4	180
C	20	20,8	3	60
TS	3	3,1	2	6
STS	0	0	1	0
Jumlah	96	100%	15	386
Rata – rata skor = 3,86				

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, sejumlah 28 orang (29,2%) menyatakan sangat setuju, 45 orang menyatakan setuju (46,9%), 20 orang menyatakan cukup (20,8%) dan 3 orang menyatakan tidak setuju (3,1%), sedangkan rata – rata skor tanggapan responden terhadap variabel Keandalan adalah 3,86.

Pengkategoriannya yaitu:

1. Antara 1 – 1,8 dikategorikan sangat tidak bagus
2. Antara 1,8 – 2,6 dikategorikan tidak bagus
3. Antara 2,6 – 3,4 dikategorikan cukup bagus

4. Antara 3,4 – 4,2 dikategorikan bagus
5. Antara 4,2 – 5 dikategorikan sangat bagus

Dilihat dari 5 pengkategorian diatas maka variabel Keandalan yang memiliki skor rata – rata 3,86 termasuk dalam kategori **bagus**.

Tabel 4.2

Total Skor Variabel Keandalan (X1)

Pertanyaan	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
Total skor	403	392	334	382
Skor rata-rata	4,03	3,92	3,34	3,82

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Dari tabel diatas pernyataan yang memiliki skor rata – rata **terendah** adalah X1.3 sebesar 3,34 ini menunjukan bahwa pihak bengkel kurang memiliki kemampuan dalam konsultasi atau memberikan saran, dan pernyataan yang memiliki skor rata – rata **tertinggi** adalah X1.1 sebesar 4,03 ini menunjukan bahwa pelayanan pemeriksaan kerusakan kendaraan dilakukan dengan cepat dan tepat .

b. Variabel Daya Tanggap (X2)

Tabel 4.3

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Tanggap (X2)

Kategori	F	%	Skor	F x skor
SS	33	34,4	5	165
S	40	41,7	4	160
C	17	17,7	3	51
TS	6	6,3	2	12
STS	0	0	1	0
Jumlah	96	100%	15	388
Rata – rata skor = 3,88				

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, sejumlah 33 orang (34,4%) menyatakan sangat setuju, 40 orang menyatakan setuju (41,7%), 17 orang menyatakan cukup (17,7%) dan 6 orang menyatakan tidak setuju (6,3%), sedangkan rata – rata skor tanggapan responden terhadap variabel Daya Tanggap adalah 3,88.

Pengkategoriannya yaitu:

1. Antara 1 – 1,8 dikategorikan sangat tidak bagus
2. Antara 1,8 – 2,6 dikategorikan tidak bagus
3. Antara 2,6 – 3,4 dikategorikan cukup bagus

4. Antara 3,4 – 4,2 dikategorikan bagus
5. Antara 4,2 – 5 dikategorikan sangat bagus

Dilihat dari 5 pengkategorian diatas maka variabel Daya Tanggap yang memiliki skor rata – rata 3,88 termasuk dalam kategori **bagus**.

Tabel 4.4

Total Skor Variabel Daya Tanggap (X2)

Pertanyaan	X2.1	X2.2
Total skor	389	386
Skor rata-rata	3,89	3,86

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Dari tabel diatas pertanyaan yang memiliki skor rata – rata **terendah** adalah X2.2 sebesar 3,86 ini menunjukan bahwa pihak bengkel kurang cepat dan tanggap dalam memperbaiki/ menservis kendaraan, dan pertanyaan yang memiliki skor rata - rata **tertinggi** adalah X2 sebesar 3,89 menunjukan bahwa kemempuan pihak bengkel dalam memberikan informasi mudah dimengerti pelanggan.

c. Variabel Jaminan (X3)

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Jaminan (X3)

Kategori	F	%	Skor	F x skor
SS	28	29,2	5	140
S	39	40,6	4	156
C	26	27,1	3	78
TS	2	2,1	2	4
STS	1	1,0	1	1
Jumlah	96	100%	15	379
Rata – rata skor = 3,79				

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, sejumlah 28 orang (29,2%) menyatakan sangat setuju, 39 orang menyatakan setuju (40,6%), 26 orang menyatakan cukup (27,1%), 2 orang menyatakan tidak setuju (2,1%), dan 1 orang yang menyatakan sangat tidak setuju (1,0%), sedangkan rata – rata skor tanggapan responden terhadap variabel Jaminan adalah 3,79.

Pengkategoriannya yaitu:

1. Antara 1 – 1,8 dikategorikan sangat tidak bagus
2. Antara 1,8 – 2,6 dikategorikan tidak bagus

3. Antara 2,6 – 3,4 dikategorikan cukup bagus
4. Antara 3,4 – 4,2 dikategorikan bagus
5. Antara 4,2 – 5 dikategorikan sangat bagus

Dilihat dari 5 pengkategorian diatas maka variabel Jaminan yang memiliki skor rata – rata 3,79 termasuk dalam kategori **bagus**.

Tabel 4.6

Total Skor Variabel Jaminan (X3)

Pertanyaan	X3.1	X3.2	X3.3
Total skor	376	373	385
Skor rata-rata	3,76	3,73	3,85

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Dari tabel diatas pertanyaan yang memiliki skor rata - rata **terendah** adalah X3.2 sebesar 3,73 ini menunjukan pihak bengkel kurang memberikan keyakinan bahwa motor yang sudah diserviskan benar – benar sudah tidak memiliki keluhan lagi, dan pertanyaan yang memiliki skor rata –rata **tertinggi** adalah X3.3 sebesar 3,85 ini menunjukan bahwa pihak bengkel memberikan pelayanan semacam garansi setelah dilakukan perbaikan.

d. Variabel Empati (X4)

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Empati (X4)

Kategori	F	%	Skor	F x skor
SS	30	31,3	5	150
S	40	41,7	4	160
C	23	24,0	3	69
TS	3	3,1	2	6
STS	0	0	1	0
Jumlah	96	100%	15	385
Rata – rata skor = 3,85				

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, sejumlah 30 orang (31,3%) menyatakan sangat setuju, 40 orang menyatakan setuju (41,7%), 23 orang menyatakan cukup (24,0%), dan 3 orang menyatakan tidak setuju (3,1%), sedangkan rata – rata skor tanggapan responden terhadap variabel Empati adalah 3,85.

Pengkategoriannya yaitu:

1. Antara 1 – 1,8 dikategorikan sangat tidak bagus
2. Antara 1,8 – 2,6 dikategorikan tidak bagus
3. Antara 2,6 – 3,4 dikategorikan cukup bagus

4. Antara 3,4 – 4,2 dikategorikan bagus
5. Antara 4,2 – 5 dikategorikan sangat bagus

Dilihat dari 5 pengkategorian diatas maka variabel Empati yang memiliki skor rata – rata 3,85 termasuk dalam kategori **bagus**.

Tabel 4.8

Total Skor Variabel Empati (X4)

Pertanyaan	X4.1	X4.2	X4.3
Total skor	398	376	383
Skor rata-rata	3,98	3,76	3,83

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Dari tabel diatas pertanyaan yang memiliki skor rata – rata **terendah** adalah X4.2 sebesar 3,76 ini menunjukan bahwa pihak bengkel kurang sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan dan pertanyaan yang memiliki skor rata – rata **tertinggi** adalah X4.1 sebesar 3,98 ini menunjukan bahwa pelayanan dilakukan pihak bengkel kepada semua pelanggan/ konsumen tanpa memandang status sosial.

e. Variabel Bukti Fisik (X5)

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Terhadap Bukti Fisik (X5)

Kategori	F	%	Skor	F x skor
SS	35	36,5	5	175
S	43	44,8	4	172
C	14	14,6	3	42
TS	4	4,2	2	8
STS	0	0	1	0
Jumlah	96	100%	15	397
Rata – rata skor = 3,97				

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, sejumlah 35 orang (36,5%) menyatakan sangat setuju, 43 orang menyatakan setuju (44,8%), 14 orang menyatakan cukup (14,6%), dan 4 orang menyatakan tidak setuju (4,2%), sedangkan rata – rata skor tanggapan responden terhadap variabel Bukti Fisik adalah 3,97.

Pengkategoriannya yaitu:

1. Antara 1 – 1,8 dikategorikan sangat tidak bagus
2. Antara 1,8 – 2,6 dikategorikan tidak bagus
3. Antara 2,6 – 3,4 dikategorikan cukup bagus

4. Antara 3,4 – 4,2 dikategorikan bagus
5. Antara 4,2 – 5 dikategorikan sangat bagus

Dilihat dari 5 pengkategorian diatas maka variabel Bukti Fisik yang memiliki skor rata – rata 3,97 termasuk dalam kategori **bagus**.

Tabel 4.10

Total Skor Variabel Bukti Fisik (X5)

Pertanyaan	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5
Skor Total	398	380	388	388	365
Skor rata-rata	3,98	3,80	3,88	3,88	3,65

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Dari tabel diatas pertanyaan yang memiliki skor rata - rata **terendah** adalah X5.5 sebesar 3,65 ini menunjukan bahwa mekanik/ pihak bengkel kurang menjaga kebersihan dan penampilan, dan pertanyaan yang memiliki skor rata - rata **tertinggi** adalah X5.1 sebesar 3,98 ini menunjukan bahwa AHASS BLPT Yogyakarta memiliki ruang tunggu yang memadai.

f. Variabel Loyalitas (Y)

Tabel 4.11

Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas (Y)

Kategori	F	%	Skor	F x skor
SS	37	38,5	5	185
S	42	43,8	4	168
C	14	14,6	3	42
TS	3	3,1	2	6
STS	0	0	1	0
Jumlah	96	100%	15	401
Rata – rata skor = 4,01				

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, sejumlah 37 orang (38,5%) menyatakan sangat setuju, 42 orang menyatakan setuju (43,8%), 14 orang menyatakan cukup (14,6%), dan 3 orang menyatakan tidak setuju (3,1%), sedangkan rata – rata skor tanggapan responden terhadap variabel Loyalitas adalah 4,01.

Pengkategoriannya yaitu:

1. Antara 1 – 1,8 dikategorikan sangat tidak bagus
2. Antara 1,8 – 2,6 dikategorikan tidak bagus
3. Antara 2,6 – 3,4 dikategorikan cukup bagus

4. Antara 3,4 – 4,2 dikategorikan bagus
5. Antara 4,2 – 5 dikategorikan sangat bagus

Dilihat dari 5 pengkategorian diatas maka variabel Loyalitas yang memiliki skor rata – rata 4,01 termasuk dalam kategori **bagus**.

Tabel 4.12

Total Skor Variabel Loyalitas (Y)

Pertanyaan	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
Skor Total	360	401	402	396	400
Skor rata-rata	3,60	4,01	4,02	3,96	4

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Dari tabel diatas pertanyaan yang memiliki skor rata - rata **terendah** adalah Y.1 sebesar 3,60 ini menunjukan bahwa konsumen tidak hanya menggunakan jasa bengkel AHASS BLPT Yogyakarta untuk perawatan/ perbaikan kendaraannya, dan pertanyaan yang memiliki skor rata – rata **tertinggi** adalah Y.3 sebesar 4,02 ini menunjukan bahwa konsumen akan menggunakan kembali jasa bengkel AHASS BLPT Yogyakarta di masa yang akan dating.

4.1.2 Analisis Kuantitatif

4.1.2.1 Uji Hipotesis Pertama

➢ Uji F

Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas (X) yaitu kualitas jasa yang terdiri dari keandalan *(reliability)* X1, daya tanggap *(responsiveness),* jaminan *(assurance)* X3, empati *(emphaty)* X4 dan berwujud atau bukti fisik *(tangibles)* X5 secara bersama- sama mempengaruhi variabel terikat (Y) yaitu loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta.

Apabila $F_{hit} > F_{tab}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima, sedangkan apabila $F_{hit} < F_{tab}$, maka Ho diterima dan Ha ditolak sebagai hipotesis.

Dari hasil perhitungan diketahui $\mathbf{F_{hit} = 60,143}$ (Lihat Lampiran) dan $\mathbf{F_{tab} = 2,3157}$ dengan taraf signifikasi 5%. Ini berarti $F_{hit} > F_{tab}$.

Hal ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor – faktor kualitas jasa (X) sebagai variabel bebas terhadap loyalitas konsumen (Y) untuk selalu menggunakan jasa

AHASS BLPT Yogyakarta. Maka dari itu dapat disimpulakan bahwa **hipotesis I terbukti**.

Dan untuk **persamaan regresi** nya yaitu (Lihat Lampiran)

Y= 0,498 + 0,277 X1 + 0,163 X2 + 0,201 X3 + 0,260 X4 + 0,255 X5

Dari persamaan diatas:

a. **Koefisien regresi** Keandalan (X1) adalah sebesar 0,277 yang berarti menunjukan hubungan yang positif terhadap Loyalitas konsumen untuk selalu memakai jasa AHASS BLPT Yogyakarta (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya konstan, maka setiap peningkatan Keandalan (X1) akan mengakibatkan Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta (Y).

b. **Koefisien regresi** Daya Tanggap (X2) adalah sebesar 0,163 yang berarti menunjukan hubungan yang positif terhadap Loyalitas konsumen untuk selalu memakai jasa AHASS BLPT Yogyakarta (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya konstan, maka setiap peningkatan Daya Tanggap (X2) akan mengakibatkan Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta (Y).

c. **Koefisien regresi** Jaminan (X3) adalah sebesar 0,201 yang berarti menunjukan hubungan yang positif terhadap Loyalitas konsumen untuk selalu memakai jasa AHASS BLPT Yogyakarta (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya konstan, maka setiap peningkatan Jaminan (X3) akan mengakibatkan Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta (Y).

d. **Koefisien regresi** Empati (X4) adalah sebesar 0,260 yang berarti menunjukan hubungan yang positif terhadap Loyalitas konsumen untuk selalu memakai jasa AHASS BLPT Yogyakarta (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya konstan, maka setiap peningkatan Empati (X4) akan mengakibatkan Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta (Y).

e. **Koefisien regresi** Berwujud atau Bukti Fisik (X5) adalah sebesar 0,255 yang berarti menunjukan hubungan yang positif terhadap Loyalitas konsumen untuk selalu memakai jasa AHASS BLPT Yogyakarta (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya konstan, maka setiap peningkatan Berwujud atau Bukti Fisik (X5) akan mengakibatkan Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta (Y).

Besarnya kontribusi seluruh variabel X terhadap variabel Y ditunjukan oleh $\mathbf{R}_2$ dan variabel X yaitu **0,770** (Lihat Lampiran) artinya bahwa setelah variabel X1, X2, X3, X4, X5 faktor kualitas jasa yang digunakan dalam perhitungan regresi ini secara bersama – sama mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta sebesar 77 %, sedangkan variabel bebas lainnya tidak dimasukkan dalam penelitian ini yang mempunyai kontribusi lain sebesar 23 %.

4.1.2.2 Uji Hipotesis Kedua

➢ Uji T

Uji t ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing – masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dengan melakukan uji t ini, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa dimensi keandalan (reliability) X1 menjadi kualitas jasa yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta (Y) akan dibuktikan kebenarannya.

Langkah pertama yang dilakukan adalah membandingkan antara t_{hit} dengan t_{tab} pada taraf signifikasi 5 %. Maksud menggunakan taraf signifikasi sebesar 5 %, yaitu disini derajat

kesalahan sebesar 5 %, sehingga kebenarannya mencapai 95 %. Semakin kecil probabilitasnya berarti semakin semakin signifikan.

Tabel 4.13

Hasil Uji t pada taraf signifikasi 5 %

Variabel Bebas	Koefisien	t hit	t tab	Probabilitas	Keterangan
1.Keandalan *(Reliability)*	0,277	4,067	1,9867	0,000<0,05	Signifikan
2.Daya Tanggap *(Responsiveness)*	0,163	3,359	1,9867	0,001<0,05	Signifikan
3.Jaminan *(Assurance)*	0,201	3,628	1,9867	0,000<0,05	Signifikan
4.Empati *(Emphaty)*	0,260	3,949	1,9867	0,000<0,05	Signifikan
5.Bukti Fisik *(Tangibles)*	0,255	3,779	1,9867	0,000<0,005	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Dari tabel 4.9 diatas **t tab 1,9867** diperoleh dari tabel distribusi t yaitu df 90 dan α 0,025

Dan dari tabel diatas pula dapat dilihat bahwa variabel keandalan (X1) mempunyai t_{hit} yang lebih besar dari t_{tab}. Hal ini berarti bahwa pada variabel keandalan (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan

terhadap loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta.

Jadi **hipotesis kedua** yang menyatakan bahwa variabel keandalan (X1) merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta adalah **terbukti.**

Untuk membuktikan variabel faktor kualitas jasa mana yang paling dominan mempengaruhi loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT akan dapat dilihat melalui tabel korelasi parsial berikut:

Tabel 4.14

Analisis Korelasi Parsial

Variabel Bebas	Korelasi Parsial
1.Keandalan *(Reliability)* X1	0,394
2.Daya Tanggap *(Responsiveness)* X2	0,344
3.Jaminan *(Assurance)* X3	0,357
4.Empati *(Emphaty)* X4	0,384
5.Bukti Fisik *(Tangibles)* X5	0,370

Sumber: Lampiran

Dari tabel 4.10 terbukti bahwa **keandalan (X1)** mempunyai **korelasi yang paling besar** yaitu **0,394**. Hal ini dapat disimpulkan bahwa

keandalan (X1) merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta.

Jadi hipotesis kedua yang menyatakan bahwa keandalan (X1) merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta adalah terbukti. Dengan demikian **hipotesis kedua telah terbukti**.

Untuk langkah selanjutnya akan diuraikan hasil analisis mengenai pengaruh masing – masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y):

a. Pengaruh variabel Keandalan/ *Reliability* (X1) terhadap Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta (Y).

Hasil dari t_{hit} dari variabel Keandalan (X1) sebesar 4,067 dengan probabilitas 0,000. Hasil ini menggambarkan bahwa variabel faktor Keandalan (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan sebab t_{tab} (1,9867) lebih kecil dari t_{hit} (4,067) dengan probabilitas 0,000. Besarnya variabel Keandalan (X1) terhadap Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta sebesar 0,394 atau 39,4% dengan catatan apabila variabel lainnya konstan.

Bahwa Kualitas Jasa pada variabel Keandalan *(Reliability)* seperti melakukan pelayanan pemeriksaan kerusakan kendaraan dengan cepat, penanganan masalah administrasi dilakukan dengan baik, memberikan saran kepada konsumen dalam melakukan konsultasi, dan pelaksanaan pelayanan sesuai dengan program yang sebelumnya direncanakan, ini memiliki pengaruh yang dominan terhadap Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta.

b. Pengaruh variabel Daya Tanggap/ *Responsiveness* (X2) terhadap Loyalitas konsumen untuk tetap memakai jasa AHASS BLPT Yogyakarta.

Hasil dari t_{hit} dari variabel Daya Tanggap (X2) sebesar 3,359 dengan probabilitas 0,001. Hasil ini menggambarkan bahwa variabel faktor Daya Tanggap (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan sebab t_{tab} (1,9867) lebih kecil dari t_{hit} (3,359) dengan probabilitas 0,001.

Besarnya variabel Daya Tanggap (X2) terhadap Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta sebesar 0,344 atau 34,4% dengan catatan apabila variabel lainnya konstan.

Bahwa Kualitas Jasa pada variabel Daya Tanggap (X2) seperti kemampuan pihak bengkel yang cepat dan tanggp dalam memperbaiki/ menservis kendaraan, begitu juga dalam memberikan informasi agar

mudah untuk dimengerti pelanggan, ini mempengaruhi Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta.

c. Pengaruh variabel Jaminan/ *Assurance* (X3) terhadap Loyalitas konsumen untk tetap memakai jasa AHSS BLPT Yogyakarta.

Hasil dari t_{hit} dari variabel Jaminan (X3) sebesar 3,628 dengan probabilitas 0,000. Hasil ini menggambarkan bahwa variabel faktor Jaminan (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan sebab t_{tab} (1,9867) lebih kecil dari t_{hit} (3,628) dengan probabilitas 0,000.

Besarnya variabel Jaminan (X3) terhadap Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta sebesar 0,357 atau 35,7% dengan catatan apabila variabel lainnya konstan.

Bahwa Kualitas Jasa pada variabel Jaminan seperti sparepart yang dijual dijamin asli (tidak palsu), memberikan keyakinan kepada pelanggan bahwa motor yang sudah diserviskan benar – benar sudah tidak memiliki keluhan lagi, dan juga memberikan pelayanan semacam garansi setelah dilakukannya perbaikan, ini mempengaruhi Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta.

d. Pengaruh variabel Empati/ *Emphaty* (X4) terhadap Loyalitas konsumen untuk tetap memakai jasa AHASS BLPY Yogyakarta.

Hasil dari t_{hit} dari variabel Empati (X4) sebesar 3,949 dengan probabilitas 0,000. Hasil ini menggambarkan bahwa variabel faktor

Empati (X4) mempunyai pengaruh yang signifikan sebab t_{tab} (1,9867) lebih kecil dari t_{hit} (3,949) dengan probabilitas 0,000.

Besarnya variabel Empati (X4) terhadap Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta sebesar 0,384 atau 38,4% dengan catatan apabila variabel lainnya konstan.

Bahwa Kualitas Jasa pada variabel Empati seperti pelayanan yang diberikan pihak bengkel kepada semua pelanggannnya tanpa memandang status sosial, diberikan dengan sopan dan ramah, selain itu juga mampu atau bersedia menjadi pendengar yang baik dan mengingat keluhan konsumennya, ini mempengaruhi Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta.

e. Pengaruh variabel Berwujud atau Bukti Fisik/ *Tangibles* (X5) terhadap Loyalitas konsumen untuk tetap memakai jasa AHASS BLPT Yogyakarta.

Hasil dari t_{hit} dari variabel Berwujud atau Bukti Fisik (X5) sebesar 3,779 dengan probabilitas 0,000. Hasil ini menggambarkan bahwa variabel faktor Berwujud atau Bukti Fisik (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan sebab t_{tab} (1,9867) lebih kecil dari t_{hit} (3,779) dengan probabilitas 0,000.

Besarnya variabel Berwujud atau Bukti Fisik (X5) terhadap Loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa AHASS BLPT Yogyakarta

sebesar 0,370 atau 37,0% dengan catatan apabila variabel lainnya konstan.

Bahwa Kualitas Jasa pada variabel Berwujud atau Bukti Fisik seperti adanya ruang tunggu yang memadai, memiliki sparepart yang lengkap, lokasi bengkel yang cukup strategis, peralatan yang dimiliki lengkap, dan juga mekanik/ pihak bengkel selalu menjaga kebersihan dan penampilan.