

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN LOGISTIK PT. ADI SARANA ARMADA
TBK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus PT. Hanjaya Mandala Sampoerna TBK)**

***INFLUENCE ANALYSIS OF LOGISTICS SERVICE QUALITY AT PT. ADI SARANA
FLEET TBK ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY
(Case Study of PT. Hanjaya Mandala Sampoerna TBK)***

Zulian Wilu Atmaja, Nuriah Yulianti¹, Sri Widayanti
Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

ABSTRACT

This study aims to determine the rental service system, analyze the impact of PT. Adi Sarana Armada TBK's quality of logistics services on PT. Hanjaya Mandala Sampoerna TBK's loyalty, as well as the impact of PT. Adi Sarana Armada TBK on PT. Hanjaya Mandala Sampoerna TBK's satisfaction and loyalty. Descriptive analysis and SEM-PLS analysis are the data analysis techniques employed in this study. According to the study's insights, pre-rental and post-rental services are just the beginning of the logistics rental service system of PT. Adi Sarana Armada TBK conducted at PT. Hanjaya Mandala Sampoerna TBK. Additionally, according to the outcomes of statistical computations, the path coefficient value for the relationship between the Service Quality variabel (X) and Customer Loyalty (Y) is 0.387. With a path coefficient of 0.328, Service Quality (X) has a positive and significant impact on Customer Loyalty (Y2) via Customer Satisfaction (Y1).

Keywords: Rental service system, quality of logistics services, effect of quality.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sistem pelayanan sewa, menganalisis pengaruh kualitas layanan logistik PT. Adi Sarana Armada TBK terhadap loyalitas PT Hanjaya Mandala Sampoerna TBK, serta menganalisis pengaruh kualitas layanan logistik PT. Adi Sarana Armada TBK terhadap kepuasan dan loyalitas PT Hanjaya Mandala Sampoerna TBK. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis SEM-PLS. Hasil penelitian ini menemukan bahwasanya sistem pelayanan sewa logistik PT. Adi Sarana Armada TBK yang dilakukan pada PT. Hanjaya Mandala Sampoerna TBK memiliki faktor penting dalam pelayanan sewa yang dilakukan mulai dari pra sewa dan pasca sewa. Selain itu, berdasarkan hasil perhitungan statistik, variabel Kualitas Layanan (X) memiliki pengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan nilai koefisien jalur ialah sebesar 0,387. Sementara itu, Kualitas Layanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) melalui Kepuasan Pelanggan (Y1) dengan koefisien jalur ialah sebesar 0,328.

Kata Kunci: Pengaruh kualitas, sistem pelayanan sewa, kualitas layanan logistik

PENDAHULUAN

Menurut Kurniati (2020), jasa sewa truk logistik saat ini dianggap sebagai bidang yang sangat penting bagi industri. Setiap perusahaan menggunakan seperangkat logistik maupun roda empat pengangkut tertentu untuk mendukung tugas operasionalnya sehari-hari. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika perusahaan bisnis yang

menggunakan jasa logistik saat ini menjadi lebih pilih-pilih tentang dalam membuat keputusan tersebut. Menyediakan jasa sewa truk logistik menjadi peluang bisnis yang menggiurkan, terutama di daerah yang bisnisnya sudah mapan dan berkembang seperti Surabaya. Pada abad ke-20, Amerika melihat awal dari sektor persewaan logistik ini. Berdasarkan kontrak yang telah dibuat

¹ Correspondence author: nuriah_y@upnjatim.ac.id

untuk konsumen sesuai dengan pelabuan yang dipengaruhi oleh agen dan penyewa kendaraan operasional logistik, agen penyewaan mobil menyewa mobil dalam jangka waktu yang telah ditentukan (Basu, 2010).

PT. Adi Sarana Armada TBK yang kemudian dikenal sebagai Assa merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa sewa truk logistik. Bisnis ini memiliki pengetahuan yang luas tentang jasa persewaan kendaraan di Indonesia, dengan armada awal sebanyak 819 mobil dari Grup Triputra, Assa didirikan pada tahun 2003. Pada tahun 2012, Assa meluncurkan sahamnya sebagai perusahaan publik di bursa efek Indonesia. Saat ini, Assa melayani lebih dari 1.500 perusahaan di Indonesia dan menangani lebih dari 25.000 mobil dan 3.900 pengemudi. Dengan lebih dari 1000 bengkel, Assa telah memperluas wilayah layanannya hampir ke seluruh kota besar di Indonesia.

Perusahaan yang telah menggunakan jasa sewa kendaraan Assa berasal dari berbagai industri. Namun, perusahaan produk konsumen seperti yang memproduksi tembakau olahan termasuk yang paling sering menggunakan layanan Assa dan telah melakukannya selama bertahun-tahun. Produsen rokok tembakau terbesar di Indonesia, PT. Hanjaya Mandala Sampoerna TBK, juga dikenal sebagai Sampoerna, adalah contoh utama.

Perusahaan jasa persewaan kendaraan didorong untuk lebih berkonsentrasi pada cara-cara mempertahankan pelanggan yang sudah ada karena meningkatnya persaingan antar penyedia jasa persewaan kendaraan logistik dan meningkatnya permintaan konsumen seperti Sampoerna. Tujuan seni manajemen perusahaan adalah untuk mempertahankan bisnis dan pendapatan mereka dengan memperluas pasar yang ada melalui peningkatan kualitas layanan (Rully, 2009).

Tabel 1. Total Sewa Unit Kendaraan Sampoerna

No	Tahun	Total Sewa (Unit)
1	2018	4730
2	2019	4780
3	2020	4590
4	2021	4670
5	2022	4750

Sumber : PT. Hanjaya Mandala sampoerna TBK, 2023

Tabel 1 menunjukkan bahwa tidak ada penurunan atau peningkatan yang terlihat dalam jumlah sewa kendaraan untuk logistik setiap tahunnya, yang cukup memprihatinkan karena jumlah unit yang ada masih statis yakni sekitar 4500–4700. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya perubahan dalam cara layanan dipromosikan dan disediakan.

Assa bekerja keras untuk memberi kliennya kualitas layanan tertinggi. Assa berupaya membangun hubungan emosional dengan Sampoerna melalui berbagai aktivitas, yang juga sejalan dengan tujuan mereka untuk menawarkan layanan terbaik dan solusi bernilai tambah kepada klien.

Dikarenakan Sampoerna memiliki departemen periklanan yang terpisah dari layanan Assa pada umumnya, hal tersebut menjadi subjek penelitian ini dan bidang studi secara keseluruhan. Kasus Sampoerna perlu ditelisik sebab perusahaan tersebut memiliki divisi khusus, sehingga Assa perlu tanggap dalam mengatasi masalah saat penyewaan berlangsung, serta penawaran yang dilakukan oleh Assa lebih dapat diandalkan dan penuh perhatian pada perusahaan Sampoerna. Sesuai dengan fenomena tersebut di atas, maksud atau tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sistem pelayanan sewa, menganalisis pengaruh kualitas layanan logistik PT. Adi Sarana Armada TBK terhadap loyalitas PT Hanjaya Mandala Sampoerna TBK, serta menganalisis pengaruh kualitas layanan logistik PT. Adi Sarana Armada TBK terhadap kepuasan dan loyalitas PT Hanjaya Mandala Sampoerna TBK.

BAHAN DAN METODE

Kajian penelitian dilakukan di kantor pusat Sampoerna yang berada di Jl. Rungkut Industri Raya No. 18 di Kota Surabaya, Jawa Timur, dan sudah mulai menggunakan jasa sewa mobil Assa. Perusahaan ini adalah salah satu pemimpin dalam industri pengolahan tembakau di Indonesia. Sampoerna telah bermitra dengan Assa dalam operasi logistiknya sejak tahun 2006, oleh karena itu peneliti memilih lokasi Sampoerna sebagai lokasi penelitian.

Sampoerna menyewa sekitar 30–40% dari total unit kendaraan Assa, sehingga kualitas

layanan Assa harus menyediakan layanan terbaik untuk mendapatkan loyalitas dan kepuasan Sampoerna. Populasi yang diselidiki dalam penelitian juga mencakup 200 manajer yang mengawasi 4.750 unit sewa Sampoerna. Para manajer ini dipekerjakan oleh PT. Hanjaya Mandala Sampoerna TBK. Subjek atau objek yang akan dijadikan sampel untuk penelitian adalah yang akan mencerminkan populasi. Berdasarkan kualitas dan ciri populasi, pengambilan sampel harus dilakukan (Pabundu, 2006). Manajer rental mobil yang merupakan perwakilan dari konsumen Sampoerna digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Selain itu, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* melalui penggunaan *purposive sampling*, yaitu dengan memilih unit analisis yang dipertimbangkan sesuai dengan kriteria dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian (Sekaran, 2006).

Rumus Slovin digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini karena ukuran sampel harus representatif. Rumus Slovin untuk menghitung sampel adalah sebagai berikut:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diambil

N = Ukuran populasi

E = Persentase kesalahan sampling yang masih dapat diterima dengan tetap menjaga akurasi (0,1 atau 10%).

200 peserta merupakan keseluruhan populasi penelitian yang diambil menurut data perusahaan. Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= N / (1 + (N \times e^2)) \\ n &= 200 / (1 + (200 \times 0,01)) \\ n &= 200 / (1 + 2) \\ n &= 200 / 3 \\ n &= 66,666 \\ n &= 70 \text{ orang} \end{aligned}$$

Dalam penyelidikan kasus ini, teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah kuesioner. Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data guna memperoleh informasi yang relevan dan valid dalam menyusun

penelitian. Skala Likert merupakan dasar dari penelitian kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup dan terbuka dalam penyelidikan ini.

Tabel 2. Keterangan Skoring Skala Likert

Keterangan	Bobot Nilai
Sangat setuju	4
Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

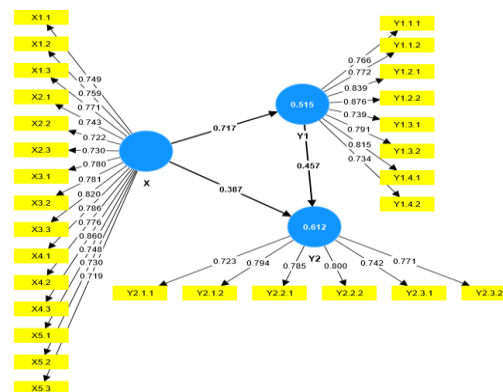
Sumber : Sugiyono, 2014

Selain itu, penelitian ini melibatkan penggunaan metode untuk penelitian kuantitatif. Analisis deskriptif dan analisis SEM-PLS merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis SEM-PLS disebut sebagai komponen dan alternatif dari SEM (Ghozali, 2014). Analisis PLS dapat menilai indikator variabel laten dengan menggunakan model reflektif dan formatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pengolahan data riset ini dilakukan dengan menggunakan metode SEM berbasis *partial least square* (PLS). Perangkat lunak PLS yang digunakan dalam penelitian ini adalah SMARTPLS versi 4 yang dibuat oleh University of Hamburg di Jerman. Untuk mengevaluasi *Fit Model* suatu model penelitian, PLS perlu melalui dua tahap. Berikut adalah fase-fase tersebut:

Gambar 1. Model Struktural (*Outer Model*)



1. Menilai *Outer Model* atau *Measurement Model*

Tabel 3. Nilai *discriminant validity* Fornell Larcker

	X	Y1	Y2
X	0.766		
Y1	0.717	0.793	
Y2	0.715	0.735	0.770

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dari perhitungan Fornell-Larcker Criterion diketahui bahwa korelasi antar variabel masih kurang dari nilai akar kuadrat AVE, artinya semua indikator pada masing-masing variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Tes kedua untuk menganalisis model luar melibatkan pemeriksaan reliabilitas konstruk variabel laten yang ditentukan oleh dua kriteria, yaitu reliabilitas komposit dan alpha Cronbach dari blok indikator yang mengukur konstruk.

Tabel 4. Composite Reliability dan Cronbach Alpha

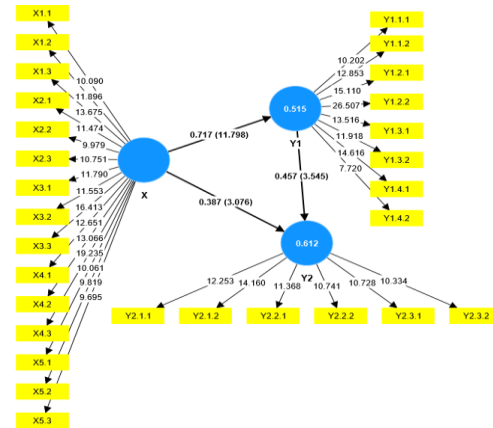
	Cronbach's alpha	Composite reliability	Average variance extracted
X	0.949	0.955	0.587
Y1	0.915	0.931	0.628
Y2	0.862	0.897	0.592

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Evaluasi model pengukuran memiliki validitas diskriminan yang kuat, yang ditunjukkan dengan nilai AVE keempat konstruk lebih besar dari 0,5. Selain itu, suatu konstruk dianggap andal jika peringkat reliabilitas alfa atau komposit Cronbach lebih tinggi dari 0,70. Konsekuensinya, konstruk tersebut dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi.

2. Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Untuk mengetahui hubungan antara konstruk nilai signifikan dengan *R-square* model penelitian, maka inner model atau model struktural perlu diuji.

Gambar 2. Model Struktural (*Inner Model*)

Sumber: (Pengolahan data dengan PLS, 2023)

a) Relevansi prediktif (*R Square*)

Seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diukur dengan menggunakan *R Square*, juga dikenal sebagai koefisien determinasi.

Tabel 5. Nilai *R-Square*

	<i>R-square</i>	<i>R-square</i> adjusted
Y1	0.515	0.507
Y2	0.612	0.601

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Nilai *R-square* variabel Kepuasan Pelanggan adalah 0,515. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dapat mempengaruhi sebesar 51,5% terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y1). Sedangkan faktor lain yang tidak berhubungan dengan yang diteliti mempengaruhi sisanya sebesar 48,5%. Sedangkan untuk variabel Customer Loyalty nilai *R-square* sebesar 0,612. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) yaitu Kepuasan Pelanggan dapat mempengaruhi sebesar 61,2% terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y2). Sedangkan faktor tambahan yang tidak tercakup oleh penelitian berdampak pada sisanya sebesar 38,8%.

b) Q^2 (*predictive relevance*)

Perhitungan:

$$\text{Nilai } Q^2 = 1 - (1 - R^2) \times (1 - R^2) \times (1 - R^2)$$

$$\text{Nilai } Q^2 = 1 - (1 - 0.515) \times (1 - 0.612) \\ = 0.8119$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai Q^2 sebesar 0,8119 yang berarti bahwa 81,19% keragaman data penelitian dapat dijelaskan oleh model struktural, sedangkan sisa 8,81% disebabkan oleh faktor eksternal. Temuan ini menunjukkan bahwa model struktural yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kecocokan yang baik.

Sistem Pelayanan Sewa Logistik PT. Adi Sarana Armada TBK yang dilakukan kepada PT. Hanjaya Mandala Sampoerna TBK

Aspek logistik dari layanan persewaan yang disediakan oleh PT. Adi Sarana Armada TBK mensyaratkan dua faktor penting berikut, dimulai dengan pra-sewa:

1) *Segmenting & Prospecting*

Segmentasi dan pencarian calon adalah praktik memecah atau mengklasifikasikan kelompok konsumen ke dalam kotak yang lebih seragam.

2) *Telemarketing & Canvassing*

Telemarketing dan canvassing adalah strategi pemasaran di mana bisnis memanfaatkan telepon sebagai sarana komunikasi untuk mempromosikan layanan mereka. PT. Adi Sarana Armada TBK menerapkan strategi tersebut dengan mengunjungi bisnis-bisnis yang telah bergerak di bidang telemarketing.

3) *SPIN Selling*

PT. Adi Sarana Armada TBK menggunakan SPIN Selling, komponen pemasaran yang sangat penting, untuk mengatasi Situasi, Masalah, Implikasi, dan Kebutuhan.

4) *Quotation Process*

Setelah menyelesaikan beberapa tahapan yang cukup panjang, PT. Adi Sarana Armada TBK melanjutkan ke proses penawaran, juga dikenal sebagai dokumen penawaran, yang terdiri dari

sejumlah detail penting termasuk, misalnya, deskripsi produk dan harga.

5) *Price Negotiations*

Setelah proses kuotaasi, dilakukan negosiasi harga. Pada tahap ini sering terjadi tawar menawar baik harga maupun jasa yang akan dibeli nantinya.

6) *Close Won / Close Loss*

Hasil dari proses pra-sewa dapat beralih ke proses yang dimenangkan atau telah memenangkan hasil dari Kerjasama yang sebenarnya. Kami tidak dapat melanjutkan kerja sama jika hasilnya adalah kerugian sementara.

7) *Administration*

Pemilahan berkas administrasi untuk menentukan apakah organisasi yang menangani persewaan dapat diandalkan dalam hal pembayaran, keamanan usaha, dll. Pengurusan dilakukan dengan NPWP perusahaan, akta perusahaan, dokumen perusahaan, dan sarana lainnya.

8) *Collecting AR*

Jika pelanggan menyewa kendaraan dari Anda, penagihan AR, atau yang disebut juga penagihan piutang, biasanya dilakukan setiap bulan saat persewaan sedang berlangsung.

9) *Client Maintenance*

Untuk menyediakan layanan penyewaan mobil logistik, perawatan klien harus dilakukan, dimulai dengan menawarkan solusi untuk masalah terkait kendaraan, servis kendaraan, klaim asuransi kendaraan, dll.

Pengujian Hipotesis

Menganalisis hubungan antara variabel penelitian dapat diketahui dengan adanya parameter yang diestimasi. Simulasi ini digunakan dalam PLS untuk menguji setiap hipotesis hubungan secara statistik. Sampel dalam contoh ini diuji menggunakan pendekatan *bootstrap*. Tujuan pengujian *bootstrap* adalah untuk mengurangi masalah anomali data penelitian.

Tabel 6. Path Coefficient

	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values
X -> Y1	0.717	11.798	0.000
X -> Y2	0.387	3.076	0.002
Y1 -> Y2	0.457	3.545	0.000

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Data pada tabel 6. digunakan, kemudian dapat diambil sebuah konklusi atau kesimpulan berikut:

$$Y1 = 0,717 X$$

$$Y2 = 0,387 X + 0,457 Y1$$

1. Pengujian Pengaruh Langsung

a. Pengujian Hipotesis 1 (Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Pelayanan)

Berdasarkan temuan uji hipotesis pertama, terdapat hubungan antara variabel *customer satisfaction* (Y1) dengan *service quality* (X1), dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,717 dan nilai t sebesar 11,798. Angka ini melebihi t tabel (1,960). Temuan ini mendukung dugaan kedua, yaitu *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Akibatnya, hipotesis 1 dikonfirmasi.

b. Pengujian hipotesis 2 (Loyalitas Pelanggan Dipengaruhi Signifikan Oleh Kualitas Pelayanan)

Berdasarkan temuan pengujian hipotesis kedua, hubungan antara loyalitas pelanggan dengan kualitas pelayanan (Y2) memiliki nilai t sebesar 3,076 dan nilai koefisien jalur sebesar 0,387. Angka ini melebihi t tabel (1,960). Temuan ini mendukung hipotesis pertama bahwa *service quality* berpengaruh besar terhadap *customer loyalty*. Akibatnya, hipotesis 2 dikonfirmasi.

c. Pengujian hipotesis 3 (*Customer loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*)

Berdasarkan temuan uji hipotesis ketiga, terdapat hubungan antara variabel pengukur kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* (Z) dan loyalitas pelanggan atau *customer loyalty*

(Y), dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,457 dan nilai t sebesar 3,545. Angka ini melebihi t tabel (1,960). Akibatnya, loyalitas klien secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima karena kondisi ini sejalan dengan hal tersebut.

2. Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

Perhitungan Sobel Test digunakan untuk mengetahui pengaruh tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. Tabel 7. menunjukkan hasil penghitungan pengaruh tidak langsung menggunakan uji Sobel.

Tabel 7. Pengaruh Tidak Langsung

	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values
X -> Y1 -> Y2	0.328	3.107	0.002

Sumber: (Pengolahan data dengan PLS, 2023)

d. Pengujian hipotesis 4 (Pengaruh kualitas layanan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*)

Hasil dari temuan uji hipotesis keempat terdapat nilai koefisien jalur tidak langsung senilai 0,328 dan nilai t sebesar 3,107 pada hubungan antara kualitas pelayanan (*service quality*) dengan loyalitas pelanggan (y) melalui kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction*. Angka ini melebihi t tabel (1,960). Berdasarkan temuan ini, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan dalam memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Akibatnya, hipotesis 4 dikonfirmasi.

Pengaruh Variabel Kualitas Layanan terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan

Nilai koefisien jalur sebesar 0,387 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan berdasarkan temuan analisis statistik dengan menggunakan pendekatan analisis jalur. Arah hubungan positif menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan akan meningkat berbanding lurus dengan kualitas layanan. H0 disetujui menurut

hasil analisis jalur yang menunjukkan probabilitas atau nilai t signifikan sebesar 0,002 dengan α sebesar 0,05 (0,002 kurang dari 0,05). Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa variabel *customer loyalty* dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *service quality*. Menurut Kusumawardhani dan Sunaryanto (2023), loyalitas pelanggan ditunjukkan dengan pembelian berulang yang dilakukan oleh pelanggan karena loyalitas terhadap merek atau bisnis tertentu.

Rio (2019) juga menunjukkan penelitiannya yang membahas bagaimana *customer loyalty* memiliki *impact* positif terhadap *service quality* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening sesuai dengan hasil temuan.

Pengaruh Service Quality Logistik terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

Menurut data dari analisis statistik dengan menggunakan metode analisis jalur, *service excellence* atau kualitas layanan yang baik ternyata mampu meningkatkan kebahagiaan dan loyalitas pelanggan serta berpengaruh positif. Kasus ini membuktikan bahwa *service quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan dan *customer loyalty*. Kondisi ini juga sejalan dengan penelitian Anna (2017) yang sebelumnya pernah meneliti bagaimana kualitas layanan atau *service quality* memberikan dampak pada kebahagiaan dan *customer loyalty*, dengan kepuasan bertindak sebagai variabel intervening sejalan dengan temuan penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari temuan analisis di atas, dapat ditarik sebuah simpulan bahwasanya identifikasi PT. Adi Sarana Armada TBK yang dilakukan di PT. Hanjaya Mandala Sampoerna TBK, terdapat faktor yang signifikan dalam pelayanan persewaan yang dilakukan mulai dari pre-rental dan post-rental yaitu segmenting & positioning, telemarketing dan canvassing.

Variabel kualitas layanan atau *service quality* (X) dengan demikian berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan atau *customer loyalty* (Y) dengan nilai koefisien jalur

sebesar 0,387, sesuai dengan hasil perhitungan statistik. Analisis statistik juga mengungkapkan bahwa variabel *quality service* atau kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap *customer loyalty* atau loyalitas pelanggan (Y2) melalui kepuasan pelanggan (Y1), dengan koefisien jalur sebesar 0,328.

Saran

Mengingat variabel *customer satisfaction* ini ternyata memiliki dampak yang signifikan atau penting dalam kontribusi dampak *service quality* atau kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), diharapkan ASSA dapat meng-upgrade pelayanan serta jasanya demi kepuasan para pelanggannya.

Selain itu, diharapkan temuan penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk penelitian lanjutan dengan memperhatikan variabel tambahan yang berbeda dari variabel atau faktor yang sudah dimasukkan dalam penelitian, mengingat betapa pentingnya variabel independen dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andari, A. P. 2017. *Analisis Perbedaan Kualitas Layanan Logistik Delivery Order dan Pengaruh Terhadap Customer Satisfaction Serta Loyalty Berdasarkan Persepsi Individualist dan Collectivist Pada Mcdonald's*. Surabaya: Universitas Surabaya.
- Basu S & Irawan S. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2014. *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Karim, K. 2020. *Aspek Kepuasan nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. CV Jakad Media Publishing. Surabaya.
- Kusumawardhani, Y., & Sunaryanto, L. T. 2023. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Nyayur. Id di Kota Salatiga. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(2), 1639-1649.
- Pabundu, T. M. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.

- Rully, A. 2009. *Manajemen Kewirausahaan*. CV Pustaka Setia. Bandung.
- Sekaran, U. 2011. *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Salemba Empat.