

**PENGARUH ORDER TIMING PROCESS SPARE PART SEPEDA MOTOR DAN
QUALITY SERVICE MOTOR TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
AHASS KABUL MOTOR LEMBEBAN MAGETAN**

Didik Wahyudi¹, Setyo Adji², Dwi Warni Wahyuningsih³

^{1,2}Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo

E-mail : didikwa041@gmail.com

Abstract

Era modern saat ini transportasi merupakan salah satu kebutuhan yang memberikan pengaruh cukup dominan di kehidupan masyarakat terutama di Indonesia. Hal ini dapat di lihat melalui lonjakan terhadap permintaan kendaraan pribadi terutama kendaraan bermotor yang terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Dalam rangka memberikan pelayanan purna jual terhadap pelanggan secara maksimal, maka para produsen atau head store telah membuka officially spare parts outlet yang terdapat di bengkel atau cabang resmi yang telah tersebar di seluruh wilayah Indonesia, salah satu officially spare parts outlet yang memiliki customer cukup banyak adalah bengkel AHASS (Authorized Honda Service Station) yang melayani perbaikan sepeda motor secara berkala. Manajemen rantai pasokan spare part merupakan masalah yang cukup kompleks di AHASS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Order timing process spare part dan Quality Service yang baik terhadap loyalitas pelanggan di bengkel AHASS Kabul Motor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif. Data dari penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada responden pelanggan AHASS Kabul Motor Lembeyan magetan dan wawancara dengan pihak perusahaan, Populasi dalam penelitian ini adalah responden yang terdaftar di database AHASS Kabul Motor Magetan terhitung dari bulan November 2021 hingga April 2022 yang berjumlah 150 Orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non Probability Sampling, Adapun perhitungan rumus yang di gunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengaplikasikan rumus slovin. Kemudian di tetapkan bahwa sampel yang di hasilkan adalah sebanyak 109 responden. Namun atas pertimbangan waktu dan tenaga maka peneliti menggunakan 100 responden yang di anggap layak sebagai responden. Uji yang digunakan dalam mengolah data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Koefisien Determinasi , Uji T, dan Analisis regresi linear berganda, analisis dalam penelitian ini menggunakan software SPSS 20 Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa: 1) Variabel Order timing Process (X1) memiliki nilai yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hal ini dapat di artikan bahwa semakin efisien Order timing process Spare part yang ada di perusahaan maka akan berdampak secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 2) Quality Service (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memegang peranan penting terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat Quality Service yang di berikan perusahaan, maka hal ini akan berpengaruh terhadap meningkatnya loyalitas pelanggan. 3) Hasil uji asumsi klasik peneliti melakukan tiga langkah uji yaitu uji normalitas, multikolinearitas dan heterokedastisitas. Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini nilai signifikansi menunjukkan $0,576 > 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa data terdistribusi normal.

Kata Kunci : Order Timing Process, Quality Service, Loyalitas Pelanggan.

1. PENDAHULUAN

Era modern seperti sekarang ini transportasi merupakan salah satu kebutuhan dengan pengaruh yang cukup dominan di kehidupan masyarakat Indonesia. Lonjakan kenaikan kendaraan pribadi terutama kendaraan bermotor mengalami kenaikan yang signifikan dari tahun ke tahun. Kendaraan bermotor lebih praktis digunakan sehingga masyarakat memilih kendaraan bermotor sebagai sarana transportasi utama sehari-hari. Hal ini menjadi salah satu peluang bagi produsen di industri otomotif untuk menyediakan layanan servis purna jual demi menambah keuntungan bagi perusahaan dikarenakan kendaraan bermotor membutuhkan pemeliharaan dan perawatan.

Dalam memberikan layanan purna jual terhadap pelanggan secara maksimal maka para produsen membuka *officially spare parts outlet* yang terdapat di bengkel cabang resmi, sehingga customer mudah dalam mengakses nya. AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan merupakan salah satu *officially spare parts outlet* yang memiliki pelanggan yang cukup banyak. Bengkel AHASS merupakan *officially spare part outlet* Honda dan penyedia jasa servis resmi. AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan memiliki banyak pelanggan yang tidak hanya berasal dari daerah Magetan saja tetapi mencakup luar kabupaten Magetan juga, *Spare part* merupakan barang penting untuk kebutuhan servis yang stock nya perlu dijaga demi kepuasan pelanggan. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, terdapat sekitar 150 Pelanggan yang telah menjadi pelanggan tetap di AHASS Kabul Motor Lembeyan pada November 2021 sampai dengan April 2022. Keterlambatan dan lamanya waktu untuk memesan *Spare part* menjadi hal serius yang harus diperhatikan, lama waktu tunggu pelanggan untuk proses pemesanan hingga *spare part* datang memakan waktu yang cukup lama sehingga pelayanan menjadi terganggu. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara cepat dan tepat perusahaan harus mengefisiensi waktu pemesanan secepat mungkin karena mempengaruhi ketersediaan barang di suatu perusahaan disamping itu perusahaan juga harus memaksimalkan proses pelayanan mereka agar pelanggan menjadi puas akan pelayanan yang diberikan. Menurut Parihar (2012) menyatakan bahwa *order timing process* adalah total waktu *value added* dan *non value added* yang digunakan suatu produk untuk melewati *value stream*. Secara konseptual *order timing process* merupakan total waktu yang dibutuhkan oleh produsen maupun distributor untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Sedangkan menurut Hezer dan Render (2014) *Order Timing Process* adalah jumlah waktu yang dibutuhkan oleh seorang produsen dari awal pemesanan hingga ke tangan konsumen. Hurriyati (2010). Sedangkan menurut Hermawan (2003) dalam Hurriyati (2010) “Loyalitas adalah manifestasi dari kebutuhan fundamental manusia memiliki, mensupport dan membangun rasa ketertarikan serta menciptakan. Menurut Wahyuningsih dalam Febriana (2016) mendefinisikan kualitas sebagai suatu strategi bisnis yang di terapkan oleh perusahaan baik di bidang produk maupun jasa yang digunakan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan secara implisit maupun eksplisit. Sedangkan definisi lain di ungkapkan oleh Kottler yang mengartikan seluruh karakteristik suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi ekspektasi seorang pelanggan terhadap produk tersebut. Mengingat kepuasan konsumen merupakan ujung tombak dalam membentuk loyalitas konsumen, maka kualitas sudah menjadi keharusan bagi suatu produk. Berdasarkan pendahuluan diatas maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah (1) Apakah *Order Timing process spare part* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di bengkel AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan ? (2) Apakah *Quality Service* motor memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di bengkel AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan?

2. METODE PENELITIAN

Metode pengambilan data pada penelitian ini adalah menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2016) data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber data. Sumber data primer pada penelitian ini yaitu :

a. Wawancara

Wawancara dilakukan peneliti kepada pemilik perusahaan & pelanggan terkait data-data yang dibutuhkan oleh peneliti

b. Kuesioner

Kuesioner menurut Sugiyono (2016) merupakan seperangkat pertanyaan maupun pernyataan tertulis untuk dijawab yang ditujukan kepada responden.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di bengkel AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan yang terletak di jalan raya Ponorogo-Magetan KM 06 Kabupaten Magetan. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan AHASS Kabul Motor Lembeyan yang dianggap telah menjadi pelanggan yang memiliki loyalitas dengan pembelian berulang dalam jangka waktu satu tahun dalam penelitian ini melibatkan 100 responden dalam pengambilan data nya.

c. Metode Analisis Data

1) Uji Hipotesis

a) Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan besarnya pengaruh yang dimiliki oleh variabel independen secara parsial atau individu dalam menerangkan variasi dari variabel dependen (Ghozali, 2018). Ketentuannya untuk masing-masing kelompok jika H_0 maka variabel X_1 & X_2 tidak berpengaruh signifikan terhadap Variabel Y. dan jika H_1 Maka variabel X_1 & X_2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. menentukan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Jika Nilai signifikan $t < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel dependen. Dan Jika Nilai signifikan $t > 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

b) Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi adalah (R^2) adalah analisis yang digunakan untuk memprediksi besarnya kontribusi atau pengaruh yang dimiliki oleh variabel independen terhadap variabel dependen.

c) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen yaitu : *Order Timing Process* (X_1), *Quality Service* (X_2), terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan (Y). Data yang diperoleh kemudian di analisis dengan analisis regresi berganda.

Model persamaan garis linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana : Y : Loyalitas Pelanggan
 a : Konstanta
 b₁, b₂ : Koefisien regresi variabel bebas 1 dan 2
 X₁ : *Order Timing Process*
 X₂ : *Quality Service*
 e : Variabel Pengganggu/*Standard Error* = 5%

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Hasil uji t (parsial) bisa dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 1

Hasil Uji t (parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,610	2,252		4,711	,000
	<i>Order Timing Process</i>	,222	,105	,196	2,110	,037
	<i>Quality Service</i>	,349	,094	,345	3,706	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Uji parsial digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh yang di berikan oleh variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan (Y) terhadap variabel independen *Order timing Process* (X1) dan *Quality Service* (X2). Variabel *Order Timing process* (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,711 dan bernilai positif (+) dengan taraf signifikansi sebesar 0,037 nilai t_{hitung} dan t_{tabel} pada taraf signifikansi sebesar 0,05 sehingga di peroleh $4,711 > 1,983$ dan $0,037 < 0,05$ sehingga variabel *Order Timing Process* memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y). Variabel *Quality Service* (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,708 dan bernilai positif (+) dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 taraf signifikansi sebesar 0,05 sehingga di peroleh $3,708 > 1,983$ dan $0,000 < 0,05$ sehingga variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan (Y).

**Metode Analisis Data
Koefisien Determinasi**

Tabel 2
Hasil analisis koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,421 ^a	,177	,160	1,762
a. Predictors: (Constant), MRP, Kualitas Pelayanan				

Koefisien determinasi (R^2) adalah uji yang di gunakan untuk memprediksi seberapa besar kemampuan yang di berikan oleh variabel independen dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen Berdasarkan analisis koefisien determinasi R^2 menunjukkan nilai koefisiensi determinasi *R Square* adalah 0,177 atau 17,7% dimana hal tersebut menunjukkan besarnya sumbangan variabel *Order Timing Process* dan *Quality Service* memiliki kontribusi kecil terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 82,3% merupakan sumbangan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda maka di peroleh model regresi sebagai berikut :

Tabel 3
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,610	2,252		4,711	,000
	<i>Order Timing Process</i>	,222	,105	,196	2,110	,037
	<i>Quality Service</i>	,349	,094	,345	3,706	,000
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Berdasarkan analisis diatas dapat di peroleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 10,610 + 0,222X_1 + 0,349X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas maka dapat di peroleh analisa Nilai kostanta menunjukkan nilai yang positif yaitu 10,610. Analisis ini dapat dijelaskan ketika variabel *Order Timing Process* (X1) dan *Quality Service* (X2) bernilai 0 atau dalam keadaan yang konstan, maka loyalitas pelanggan memiliki nilai 10,610. *Variabel Order Timing Process* (X1) menunjukkan nilai yang positif yaitu 0,222 Jika variabel manajemen rantai pasokan meningkat sebanyak 1 satuan maka hal tersebut akan di ikuti oleh meningkatnya variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,222. *Variabel Quality Service* (X2) menunjukkan nilai yang positif yaitu 0,349 yang berarti apabila kualitas pelayanan meningkat sebanyak 1 satuan maka loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,349.

Pembahasan

1) Pengaruh *Order Timing Process* Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis uji secara parsial pada hipotesis pertama menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $4,711 > 1,983$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,037 < 0,05$. Maka hal ini dapat di ambil kesimpulan bahwa H_0 di tolak dan H_1 di terima. Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan positif yang di tunjukkan oleh variabel *Order timing process* . Sehingga hasil uji tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *order timing process* maka akan di ikuti dengan semakin meningkatnya nilai loyalitas pelanggan.

Bengkel AHASS Kabul Motor menyadari bahwa *Order timing process* merupakan suatu hal yang penting dalam menjalankan roda bisnis perusahaan. Sehingga penting bagi perusahaan untuk selalu berkoordinasi dengan produsen dan distributor *Spare Part* agar kecepatan *Order timing process* meningkat yang akan berdampak secara langsung terhadap kepuasan yang nantinya akan menentukan tingkat loyalitas konsumen pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang di lakukan oleh Nugroho (2013) yang menyatakan bahwa *Order timing process* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2) Pengaruh *Quality Service* Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis uji secara parsial pada hipotesis kedua menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $3,706 > 1,983$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka hal ini dapat di ambil kesimpulan bahwa H_0 di tolak dan H_1 di terima. Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan positif yang di tunjukkan oleh variabel *Quality service* . Sehingga hasil uji tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *Quality Service* (kualitas pelayanan) maka akan di ikuti dengan semakin meningkatnya nilai loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat di definisikan sebagai penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan (Familiar dan Maftukhah, 2015). Kualitas pelayanan yang mencakup sektor jasa selalu di identikkan dengan mutu yang di miliki oleh usaha itu sendiri. Dimana semakin baik dan semakin tinggi kualitas pelayanan yang di miliki oleh suatu perusahaan jasa, maka hal ini akan selaras dengan semakin naiknya mutu perusahaan tersebut, sehingga hal ini akan berpengaruh terhadap loyalitas seorang konsumen. Kualitas pelayanan bisa di wujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketetapan untuk mengimbangi dan memenuhi ekspektasi dan harapan pelanggan.

Perusahaan bengkel AHASS Kabul Motor Lembayan Magetan menyadari bahwa *Quality service* adalah salah satu kunci berhasilnya suatu bisnis, sehingga adapun *effort* yang dilakukan perusahaan dalam rangka memberikan pelayanan yang paripurna untuk konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas melalui praktisi dan sumber daya manusia yang ahli di bidangnya.

Sehingga hal ini di harapkan mampu untuk memberikan kualitas yang baik dan *excellent* terhadap para konsumen.

Hasil penelitian ini seleras dengan penelitian yang di lakukan oleh Familiar dan Maftukhah (2015) yang menyatakan bahwa *Quality Service* (kualitas pelayanan) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu Febriana (2016) menyatakan bahwa *Quality service* merupakan faktor yang dominan serta memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji secara parsial yang di lakukan peneliti menunjukkan bahwa variabel *Order Timing Process* (X1) memiliki nilai yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hal ini dapat di artikan bahwa semakin Efisien *Order timing Process* yang ada di perusahaan maka akan berdampak secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji secara parsial yang di lakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa *Quality Service* (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memegang peranan penting terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan, maka hal ini akan berpengaruh terhadap meningkatnya loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik peneliti melakukan tiga langkah uji yaitu uji normalitas, multikolinearitas dan heterokedastisitas. Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini nilai signifikansi menunjukkan $0,576 > 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa data terdistribusi normal. Sedangkan uji multikolinearitas menunjukkan bahwa kedua variabel tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen dan model regresi. Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel independen tidak memiliki gejala heteroskedastisitas

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2012). *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Familiar., K & Maftukhah., I. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*. Universitas Negeri Semarang. Vol 4:4
- Febriana. I., N. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Vol 03:1.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Undip.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Undip.
- Heizer, J., & Render, B (2014). *Manajemen Operasi Edisi 11*. Jakarta. Salemba Empat
- Hurriyati, R.,(2010),*Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta

Kotler. (2013). Manajemen Pemasaran Jilid 2. In *Penerbit Erlangga*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta*.

Kotler Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran: Edisi 13, jilid 1 Airlangga, Jakarta.

Maulana A.,S. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI. Jurnal Ekonomi No7 Vol.2 Universitas Esa Unggul Jakarta

Mardalis., A. 2005. Meraih Loyalitas Pelanggan. BENEFIT Vol 9 No.2

Nugroho.,F. 2013. Rancang Bangun *E-Supply Chain Management* Pada Perusahaan Otomotif. Skripsi. Universitas Islam Negeri Malang

Puspanindiyah, D. 2019. Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap kinerja Operasional Bengkel AHASS. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Ruslim. T.,S. 2013. Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Loyalitas Konsumen. Journal Of Industry Engineering Management System. Vol 6:1

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Santoso, S. (2013). *Statistika EkonoI Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: Umpo Press.

Santoso, S. (2014). *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: Umpo Press.