ABSTRAK

Bisnis jasa pencucian mobil atau *car wash* belakangan ini sangatlah berkembang pesat. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya perusahaan sejenis dan banyaknya pemilik kendaraan bermotor yang khususnya berada di ibukota yang ingin mencuci kendaraannya di pencucian mobil. Bisnis jasa pencucian mobil atau *car wash* dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Hal ini perlu dilakukan agar perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya sehingga konsumen memiliki loyalitas terhadap jasa pencucian mobil tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Benz Auto Car Wash & Salon.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori kualitas pelayanan menurut Menurut Zeithaml et.al, (dalam Tjiptono & Chandra, 2011) terdiri dari 5 dimensi yaitu Bukti langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*). Kemudian teori loyalitas pelanggan yang digunakan adalah teori yang dikemukakan oleh griffin (2007 : 31) yang menyebutkan Karakteristik dari konsumen yang loyal antara lain Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Repeat Purchase*), Membeli diluar lini produk atau jasa, Mengajak orang lain (*Referrals*), Menunjukkan kekebalan dari tarikan persaingan (tidak mudah terpengaruh oleh tarikan persaingan produk sejenis lainnya atau *retention*).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif kausalitas. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *Nonprobability Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 71 responden yang merupakan anggota dari Benz Auto Car Wash & Salon. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan *software SPSS versi 20.0 for Windows* dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berada pada kategori baik dengan hasil sebesar 71,74%, dan loyalitas pelanggan sebesar 71,26% menunjukkan pada kategori baik. Hasil analisis regresi sederhana menunjukan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dan koefisien determinasi menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 32,9%, dan 67,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kualitas Pelayanan perlu ditingkatkan terutama pada dimensi Jaminan (*assurance*) dan Empati (*emphaty*) dari karyawan Benz Auto Car Wash & Salon itu sendiri. Hal ini dilakukan demi meningkatkan loyalitas pelanggan Benz Auto Car Wash & Salon.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.