

## **ABSTRAK**

*Penelitian dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Ahass Motor Jl. Kalimantan No. 13 Jember) bertujuan untuk menguji pengaruh Bukti Fisik (Tangibles) ( $X_1$ ), Keandalan (Reliability) ( $X_2$ ), Daya Tanggap (Responsiveness) ( $X_3$ ), Jaminan (Assurance) ( $X_4$ ), dan Empati (Empathy) ( $X_5$ ) terhadap loyalitas konsumen Ahass Motor Jember. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Ahass Motor Jember yang ditentukan sebanyak 60 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental samplin. Untuk analisis data, penulis menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dinyatakan bahwa Bukti fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Ahass Motor Jember. Hasil koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) diperoleh nilai sebesar 0,753, hal ini berarti 75,3% perubahan loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel Bukti fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati sedangkan sisanya sebesar 24,7% disebabkan oleh faktor lain seperti harga, promosi, customer relationship management, dan lain-lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.*

**Kata Kunci:** *Bukti fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Loyalitas*

## **ABSTRACT**

The research with title Analysis of Service Quality to Customer Loyalty (Case Study on Ahass Motor Kalimantan 13<sup>th</sup> Street) aim to analyze the effect of tangibles ( $X_1$ ), reliability ( $X_2$ ), responsiveness ( $X_3$ ), assurance ( $X_4$ ), and empathy ( $X_5$ ) to customer loyalty. Data used in this research is primary data was collected by questionnaire. The population of this research is costumers of Ahass Motor Kalimantan 13th Street of 34 people which determined as many as 60 respondents. Determination of samples using accidental sampling. The analyze technique used multiple linier regressions analysis. The result of hypothesis testing shown that the tangibles ( $X_1$ ), reliability ( $X_2$ ), responsiveness ( $X_3$ ), assurance ( $X_4$ ), and empathy ( $X_5$ ) has positively and significant effect to customer loyalty. Results of multiple determination coefficient ( $R^2$ ) obtained a value of 0,753, meaning 75,3% change in the customer loyalty affected by variables of tangibles ( $X_1$ ), reliability ( $X_2$ ), responsiveness ( $X_3$ ), assurance ( $X_4$ ), and empathy ( $X_5$ ) while the rest 24,7% were caused by other factors such as price, promotion, customer relationship management, and others that are not included in the regression equation is created.

**Keywords:** tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and customer loyalty