

ABSTRAKS

Supmanah (1138020243), Strategi Bauran Pemasaran Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Darma Perdana Motor (AHASS 6945) Ujungberung Kota Bandung.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya permasalahan yang terjadi pada Bengkel Darma Perdana Motor (AHASS 6945) Ujungberung Kota Bandung dimana terjadi penurunan jumlah pelanggan pada bulan Oktober dan November tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel Darma Perdana Motor (AHASS 6945). Dimana variabel independen adalah bauran pemasaran jasa yang terdiri dari *Process (X1)*, *People (X2)*, dan *Physical Evidence (X3)*. Sedangkan untuk variabel dependen adalah loyalitas pelanggan (Y).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dengan melakukan observasi, penyebaran kuesioner dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Bengkel Darma Perdana Motor (AHASS 6945) dan diambil 100 orang sebagai sampel berdasarkan rumus Slovin dengan metode pengambilan sampel *simple random sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Alat yang digunakan untuk melakukan analisis data adalah program SPSS 23 yaitu sebuah *software* statistik yang sering digunakan dalam penelitian kuantitatif.

Hasil analisis data dengan menggunakan uji t diperoleh bahwa variabel *procces (X1)* berpengaruh signifikan sebesar 15,628% terhadap loyalitas pelanggan, variabel *People (X2)* berpengaruh signifikan sebesar 23,370% terhadap loyalitas pelanggan, dan *Physical Evidence (X3)* berpengaruh signifikan sebesar 11,604% terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya dari hasil analisis uji F menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap loyaalitas pelanggan sebesar 50,552%. Sedangkan sisanya 49,448% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

KATA KUNCI: Bauran Pemasaran Jasa (*Procces, People and Physical Evidence*), Loyalitas Pelanggan