KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi (JRME)
Vol.3, No.6 November 2026
e-ISSN: 3046-7144, p-ISSN : 3046-7411, Hal 556-567
DOI : https://doi.org/10.61722/jrme.v3i6.13302

PENGARUH SERVICE RELIABILITY TERHADAP CUSTOMER RETENTION DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA BENGKEL SAUDARA MOTOR

Helmi Nugraha[1], Depy Muhamad Pauzy[*], Ghaling Achmad Abdul Ghonisyah[3]
[1,2,3]Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan,
Email: helminugraha4@gmail.com[1] , depymuhamad@unper.ac.id[*] , ghaling@unper.ac.id[3]

Abstract. *This study aims to analyze the effect of service reliability on customer retention through customer satisfaction at Bengkel Saudara Motor in Tasikmalaya City. This study employed a quantitative method involving 100 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using PROCESS Macro Model 4 with the assistance of SPSS version 32.0. The results showed that service reliability had a positive and significant effect on customer satisfaction and customer retention. Furthermore, customer satisfaction had a positive and significant effect on customer retention and partially mediated the relationship between service reliability and customer retention. These findings indicate that improving service reliability and customer satisfaction can help maintain customer retention at Bengkel Saudara Motor.*

Keywords: *Service Reliability, Customer Satisfaction, Customer Retention*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service reliability* terhadap *customer retention* melalui *customer satisfaction* pada Bengkel Saudara Motor di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan *PROCESS Macro Model 4* dengan bantuan SPSS versi 32.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *customer retention*. Selain itu, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* serta mampu memediasi secara parsial hubungan antara *service reliability* dan *customer retention*. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan keandalan pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat membantu mempertahankan pelanggan Bengkel Saudara Motor.

Kata kunci: *Service Reliability, Customer Satisfaction, Customer Retention*

1. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan sektor otomotif di Indonesia menunjukkan perkembangan yang pesat seiring meningkatnya mobilitas masyarakat dan kebutuhan transportasi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2025), jumlah kendaraan bermotor di Indonesia telah mencapai lebih dari 172 juta unit, dengan sepeda motor sebagai jenis kendaraan yang paling dominan. Peningkatan tersebut menunjukkan besarnya kebutuhan masyarakat terhadap kendaraan bermotor sekaligus mendorong berkembangnya layanan perawatan dan perbaikan kendaraan. Databoks Katadata (2026) juga menunjukkan bahwa jumlah kendaraan bermotor nasional terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir.

Meningkatnya jumlah kendaraan bermotor turut mendorong perkembangan aktivitas layanan purna jual (after-sales service), termasuk usaha bengkel sepeda motor. Kompas Otomotif (2026) melaporkan bahwa penjualan sepeda motor nasional tetap berada pada tingkat tinggi hingga tahun 2025. Kondisi tersebut diperkuat oleh laporan Wahana Honda (2026) yang mencatat penjualan suku cadang, aksesori, dan apparel Honda sebesar Rp511 miliar sepanjang tahun 2025 atau tumbuh 3,9% dibandingkan tahun

Naskah Masuk: 02 November 2026; Revisi: 03 November 2026; Diterima: 04 November 2026; Terbit: 12 November 2026.

sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap jasa perawatan kendaraan semakin besar dan menciptakan peluang sekaligus persaingan bagi pelaku usaha bengkel.

Jawa Barat menjadi salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam perkembangan industri otomotif. Berdasarkan data BPS (2025), Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia, sedangkan Databoks Katadata (2026) menunjukkan bahwa provinsi ini termasuk wilayah dengan jumlah kendaraan bermotor terbanyak. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan perawatan kendaraan, termasuk di Kota Tasikmalaya. Namun, bertambahnya pelaku usaha bengkel juga menyebabkan persaingan semakin ketat sehingga setiap bengkel dituntut untuk memberikan pelayanan yang konsisten dan mampu mempertahankan pelanggan.

Pada tingkat lokal, persaingan usaha otomotif di Kota Tasikmalaya juga menunjukkan perkembangan. SmartScrapers (2025) mencatat terdapat 72 toko suku cadang sepeda motor hingga 1 April 2026, meningkat 1,41% dibandingkan tahun 2023, dengan 88,89% merupakan usaha perseorangan. Kondisi tersebut menunjukkan dominasi usaha berskala kecil yang memiliki ketergantungan terhadap kualitas sumber daya manusia dan konsistensi pelayanan (Syahrial et al., 2024). Dalam menghadapi persaingan tersebut, Service Reliability menjadi aspek penting karena berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan secara tepat dan konsisten untuk membentuk kepuasan serta mempertahankan pelanggan (Terre & Almario, 2024; Tedjokusumo, 2023).

Salah satu aspek penting dalam pemasaran jasa adalah Service Reliability, yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat, tepat, dan sesuai dengan yang dijanjikan. Dalam usaha bengkel sepeda motor, keandalan pelayanan dapat tercermin melalui ketepatan waktu pengerjaan, keakuratan diagnosis kerusakan, kesesuaian hasil perbaikan, serta konsistensi pelayanan. Syahrial et al. (2024) dan Saputra dan Rosihan (2023) menunjukkan bahwa permasalahan pelayanan pada usaha bengkel dapat berkaitan dengan ketepatan dan konsistensi pengerjaan. Oleh karena itu, kemampuan bengkel dalam menjaga keandalan pelayanan menjadi penting untuk memenuhi harapan pelanggan.

Selain Service Reliability, Customer Satisfaction juga menjadi aspek penting dalam keberlangsungan usaha jasa. Customer Satisfaction menggambarkan evaluasi pelanggan setelah membandingkan harapan dengan pelayanan yang diterima. Caratao (2025) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dalam industri otomotif berkaitan dengan kemampuan perusahaan memenuhi harapan melalui pelayanan yang diberikan. Balinado et al. (2021) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki keterkaitan dengan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, pelayanan yang dapat diandalkan berpotensi menciptakan pengalaman positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, Customer Retention merupakan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan produk atau jasa secara berkelanjutan. Kotler dan Armstrong (2022) menjelaskan bahwa perusahaan perlu membangun hubungan dengan pelanggan melalui penciptaan nilai dan kepuasan. Dalam industri otomotif, Caratao (2025) menunjukkan bahwa retensi pelanggan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang mendorong kunjungan ulang. Dengan demikian, kemampuan bengkel dalam mempertahankan pelanggan tidak hanya bergantung pada kebutuhan perawatan kendaraan, tetapi juga pada pengalaman pelayanan yang diterima pelanggan.

Bengkel Saudara Motor merupakan salah satu usaha jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor di Kota Tasikmalaya yang menghadapi persaingan tersebut. Berdasarkan observasi awal, ditemukan adanya penurunan jumlah pelanggan dalam enam bulan terakhir. Menurut pemilik bengkel, kondisi tersebut diduga berkaitan dengan menurunnya konsistensi pelayanan setelah hilangnya mekanik utama yang sebelumnya berperan dalam menjaga standar pelayanan. Dampaknya terlihat dari berkurangnya pelanggan yang melakukan servis ulang (repeat service), yang merupakan salah satu indikator penting Customer Retention (Balinado et al., 2021).

Berdasarkan data internal Bengkel Saudara Motor, jumlah kunjungan servis mengalami penurunan selama periode April hingga September 2025. Jumlah servis menurun dari 180 unit pada April menjadi 115 unit pada September, sedangkan persentase retensi pelanggan turun dari 53,3% menjadi 37,3%. Penurunan tersebut menunjukkan berkurangnya pelanggan yang kembali menggunakan jasa bengkel. Kondisi ini mengindikasikan adanya permasalahan Customer Retention yang perlu diperhatikan, terutama karena kemampuan mempertahankan pelanggan berkaitan dengan pengalaman dan konsistensi pelayanan yang diberikan (Tedjokusumo, 2023; Balinado et al., 2021).

Dalam praktiknya, permasalahan Service Reliability pada Bengkel Saudara Motor terlihat dari ketidaktepatan waktu pengerjaan, ketidakakuratan diagnosis kerusakan, serta hasil servis yang belum konsisten. Permasalahan tersebut dapat memengaruhi penilaian pelanggan terhadap kemampuan bengkel dalam memberikan pelayanan sesuai harapan (Syahrial et al., 2024; Saputra & Rosihan, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa keandalan pelayanan menjadi aspek penting karena kualitas jasa tidak hanya berkaitan dengan hasil perbaikan, tetapi juga keseluruhan proses pelayanan yang diterima pelanggan (Said et al., 2025).

Berdasarkan hasil pra-survei, variabel Service Reliability pada Bengkel Saudara Motor masih menunjukkan beberapa aspek yang belum optimal, terutama berkaitan dengan ketepatan waktu, keakuratan pelayanan, dan konsistensi hasil pengerjaan. Sementara itu, pada variabel Customer Satisfaction, indikator konsistensi layanan hanya memperoleh penilaian sebesar 53,3%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diterima pelanggan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan. Temuan ini memperlihatkan bahwa keandalan pelayanan menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Balinado et al., 2021; Rasyid & Taufan, 2024).

Pada variabel Customer Retention, penurunan persentase retensi dari 53,3% menjadi 37,3% selama April hingga September 2025 menunjukkan bahwa kemampuan bengkel dalam mempertahankan pelanggan mengalami pelemahan. Kondisi tersebut dapat berkaitan dengan pengalaman pelayanan yang belum konsisten sehingga memengaruhi kepuasan pelanggan dan keputusan untuk kembali menggunakan jasa bengkel. Putra dan Raharjo (2022) serta Setyo et al. (2024) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan memiliki peranan dalam membangun hubungan jangka panjang, sedangkan Kridiawan (2023) dan Tedjokusumo (2023) menunjukkan keterkaitan kepuasan dengan keberlanjutan penggunaan layanan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Service Reliability memiliki peranan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Saselah et al. (2022) serta Rasyid dan Taufan (2024) menunjukkan bahwa aspek keandalan pelayanan berkaitan dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Selain itu, Taufan dan Akhsan (2023) serta Putra dan Raharjo (2022)

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan dengan retensi pelanggan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keandalan pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek yang relevan dalam mempertahankan hubungan antara perusahaan dan pelanggan.

Meskipun hubungan antara Service Reliability, Customer Satisfaction, dan Customer Retention telah diteliti sebelumnya, masih terdapat ruang penelitian yang dapat dikembangkan. Sebagian penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan konsep service quality secara umum atau berfokus pada perusahaan besar dan bengkel resmi yang memiliki sistem pelayanan terstandarisasi (Balinado et al., 2021; Saselah et al., 2022). Sementara itu, penelitian pada bengkel berskala UMKM yang memiliki ketergantungan tinggi terhadap kemampuan sumber daya manusia dan konsistensi pelayanan masih relatif terbatas (Syahrial et al., 2024). Selain itu, pengujian Customer Satisfaction sebagai variabel mediasi dalam hubungan Service Reliability terhadap Customer Retention masih perlu dikembangkan (Nindya et al., 2024; Saputra & Rosihan, 2023).

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Service Reliability terhadap Customer Retention dengan Customer Satisfaction sebagai variabel mediasi pada Bengkel Saudara Motor. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran jasa serta menjadi bahan pertimbangan bagi Bengkel Saudara Motor dalam meningkatkan keandalan pelayanan, membentuk kepuasan pelanggan, dan mempertahankan pelanggan di tengah persaingan usaha bengkel sepeda motor

2. KAJIAN TEORITIS

Service Reliability

Service Reliability merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang dijanjikan secara tepat, akurat, dan konsisten sehingga dapat diandalkan oleh pelanggan (Kotler et al., 2021). Dalam usaha bengkel sepeda motor, keandalan pelayanan tercermin melalui ketepatan waktu pengerjaan, konsistensi hasil perbaikan, keakuratan pelayanan sejak awal, serta pemenuhan janji layanan. Pada penelitian ini, Service Reliability diukur menggunakan empat indikator, yaitu ketepatan waktu pelayanan, konsistensi hasil layanan, keakuratan pelayanan sejak awal, dan pemenuhan janji layanan (Kotler et al., 2021). Semakin baik keandalan pelayanan yang diberikan, semakin tinggi kepercayaan pelanggan terhadap kemampuan bengkel dalam memenuhi kebutuhannya.

Customer Satisfaction

Customer Satisfaction merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap pengalaman menyeluruh yang diterima dari suatu produk atau jasa, baik dari aspek fungsional, emosional, maupun relasional (Kotler et al., 2021). Kepuasan pelanggan terbentuk ketika pelayanan yang diterima mampu memenuhi harapan pelanggan. Dalam usaha bengkel, kepuasan dapat dirasakan melalui kesesuaian hasil perbaikan, kenyamanan pelayanan, serta konsistensi kualitas pengerjaan. Pada penelitian ini, Customer Satisfaction diukur menggunakan empat indikator, yaitu kepuasan terhadap nilai layanan, kepuasan terhadap pengalaman layanan, kepuasan emosional, dan kepuasan terhadap konsistensi layanan (Kotler et al., 2021). Semakin tinggi kepuasan pelanggan, semakin besar kemungkinan pelanggan mempertahankan hubungan dengan bengkel.

Customer Retention

Customer Retention merupakan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan produk atau jasa secara berkelanjutan dalam jangka panjang (Kotler et al., 2021). Retensi pelanggan menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam membangun hubungan jangka panjang melalui penciptaan nilai, kepuasan, dan

kepercayaan pelanggan. Dalam usaha bengkel, retensi dapat tercermin melalui kesediaan pelanggan melakukan servis ulang, tidak berpindah ke bengkel pesaing, serta merekomendasikan layanan kepada orang lain. Pada penelitian ini, Customer Retention diukur menggunakan empat indikator, yaitu pembelian ulang, keengganan berpindah ke pesaing, preferensi terhadap perusahaan, dan rekomendasi positif (Kotler et al., 2021). Semakin tinggi retensi pelanggan, semakin besar kemampuan bengkel dalam mempertahankan pelanggan secara berkelanjutan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menjelaskan hubungan antara Service Reliability terhadap Customer Retention dengan Customer Satisfaction sebagai variabel mediasi pada Bengkel Saudara Motor. Penelitian ini didasarkan pada pemikiran bahwa keandalan pelayanan merupakan salah satu aspek penting dalam membentuk kepuasan pelanggan dan mempertahankan hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan (Kotler et al., 2021).

Variabel pertama, Service Reliability, merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara tepat, akurat, dan konsisten sesuai dengan yang dijanjikan (Kotler et al., 2021). Dalam konteks bengkel sepeda motor, keandalan pelayanan tercermin melalui ketepatan waktu pengerjaan, konsistensi hasil layanan, keakuratan pelayanan sejak awal, dan pemenuhan janji layanan. Keempat indikator tersebut menjadi aspek penting karena pelanggan mengharapkan kendaraan diperbaiki secara tepat dan sesuai dengan kesepakatan. Balinado et al. (2021) menunjukkan bahwa keandalan pelayanan berkaitan dengan kepuasan pelanggan pada sektor jasa otomotif. Saselah et al. (2022) juga menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Variabel kedua, Customer Satisfaction, merupakan evaluasi pelanggan terhadap pengalaman pelayanan yang diterima. Kepuasan tersebut dapat terbentuk ketika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan (Kotler et al., 2021). Dalam penelitian ini, Customer Satisfaction diukur melalui kepuasan terhadap nilai layanan, pengalaman layanan, kepuasan emosional, dan konsistensi layanan. Pelanggan yang memperoleh pelayanan tepat waktu, hasil perbaikan yang akurat, serta pelayanan yang sesuai janji cenderung memberikan penilaian positif terhadap bengkel. Rasyid dan Taufan (2024) menunjukkan bahwa aspek pelayanan memiliki keterkaitan dengan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, Customer Retention merupakan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan jasa secara berkelanjutan (Kotler et al., 2021). Dalam usaha bengkel, retensi pelanggan dapat terlihat melalui pembelian ulang, keengganan berpindah ke pesaing, preferensi terhadap bengkel, dan rekomendasi positif. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan cenderung memiliki keinginan untuk kembali menggunakan jasa bengkel. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Putra dan Raharjo (2022) serta Setyo et al. (2024) yang menunjukkan pentingnya kepuasan pelanggan dalam membangun hubungan jangka panjang.

Hubungan antara Service Reliability dan Customer Retention juga dapat dijelaskan melalui peran Customer Satisfaction sebagai variabel mediasi. Keandalan pelayanan yang diberikan secara konsisten dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sedangkan kepuasan tersebut dapat mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan jasa perusahaan. Dengan demikian, Service Reliability tidak hanya berpotensi memengaruhi Customer Retention secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui Customer Satisfaction.

Hubungan tersebut didukung oleh penelitian Tedjokusumo (2023) yang membahas keterkaitan kualitas pelayanan, kepuasan, dan perilaku pelanggan.

Dalam konteks Bengkel Saudara Motor, penurunan jumlah kunjungan servis dan persentase retensi pelanggan selama April hingga September 2025 menunjukkan adanya permasalahan dalam mempertahankan pelanggan. Kondisi tersebut diduga berkaitan dengan menurunnya konsistensi pelayanan setelah hilangnya mekanik utama. Oleh karena itu, Customer Satisfaction ditempatkan sebagai variabel mediasi untuk menjelaskan bagaimana keandalan pelayanan dapat memengaruhi keputusan pelanggan dalam mempertahankan penggunaan jasa bengkel.

Berdasarkan uraian teoritis dan empiris tersebut, penelitian ini menempatkan Service Reliability sebagai variabel independen (X), Customer Satisfaction sebagai variabel mediasi (Z), dan Customer Retention sebagai variabel dependen (Y). Secara konseptual, semakin baik keandalan pelayanan yang diberikan Bengkel Saudara Motor, semakin tinggi kepuasan pelanggan yang terbentuk dan semakin besar peluang pelanggan untuk tetap menggunakan jasa bengkel secara berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 32.0 for Windows. Pengujian diawali dengan uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten (Sugiyono, 2021; Ghozali, 2021). Uji validitas dilakukan menggunakan teknik *Corrected Item–Total Correlation*, sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*, dengan kriteria instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $\geq$ 0,60.

Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan dengan melihat nilai *skewness* dan *kurtosis* residual, uji multikolinearitas menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), sedangkan uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser. Pengujian asumsi klasik diterapkan pada dua substruktur regresi, yaitu pengaruh *Service Reliability* terhadap *Customer Satisfaction*, serta pengaruh *Service Reliability* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Retention* (Ghozali, 2021).

Pengujian hubungan antarvariabel dan efek mediasi dilakukan menggunakan analisis mediasi dengan bantuan *PROCESS Macro Model 4* yang dikembangkan oleh Hayes (2022). Dalam penelitian ini, *Service Reliability* (X) merupakan variabel independen, *Customer Satisfaction* (Z) sebagai variabel mediasi, dan *Customer Retention* (Y) sebagai variabel dependen. Analisis dilakukan melalui dua persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh *Service Reliability* terhadap *Customer Satisfaction*, serta pengaruh *Service Reliability* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Retention*. Hasil pengujian digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung (*direct effect*), pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), dan pengaruh total (*total effect*) antarvariabel.

Pengujian efek mediasi dilakukan menggunakan metode *Bootstrap* dengan tingkat kepercayaan 95%. Keputusan mediasi ditentukan berdasarkan nilai *BootLLCI* dan *BootULCI*. Apabila interval kepercayaan tidak mencakup angka nol, maka pengaruh tidak langsung dinyatakan signifikan dan *Customer Satisfaction* terbukti memediasi hubungan antara *Service Reliability* dan *Customer Retention*. Sebaliknya, apabila interval

kepercayaan mencakup angka nol, maka pengaruh tidak langsung dinyatakan tidak signifikan (Hayes, 2022).

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel. Pengaruh langsung dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi (*p-value*) < 0,05. Sementara itu, pengaruh tidak langsung dinyatakan signifikan apabila interval kepercayaan *Bootstrap* tidak mencakup angka nol. Dengan demikian, pengujian hipotesis dalam penelitian ini mencakup pengaruh *Service Reliability* terhadap *Customer Satisfaction*, pengaruh *Service Reliability* terhadap *Customer Retention*, pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Retention*, serta pengaruh tidak langsung *Service Reliability* terhadap *Customer Retention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi (Ghozali, 2021; Hayes, 2022)..

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden, seluruh responden merupakan pelanggan Bengkel Saudara Motor yang berdomisili di Kota Tasikmalaya dan memenuhi kriteria penelitian. Mayoritas responden melakukan servis sebanyak 3–5 kali dalam enam bulan terakhir sebesar 62%, sedangkan responden yang melakukan servis sebanyak dua kali sebesar 28% dan lebih dari lima kali sebesar 10%. Berdasarkan usia, responden didominasi oleh kelompok usia 26–35 tahun sebesar 54%, sedangkan berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah pria sebesar 82%. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman servis yang cukup sering sehingga dapat memberikan penilaian terhadap *Service Reliability*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Retention* pada Bengkel Saudara Motor.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *Service Reliability* memperoleh total skor sebesar 3.164 dengan kategori Baik. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan pelayanan Bengkel Saudara Motor secara umum telah dinilai baik, terutama dalam hal hasil perbaikan yang dapat diandalkan, pemenuhan janji layanan, dan kesesuaian pelayanan dengan informasi awal. Namun, ketepatan waktu pengerjaan dan keterlambatan proses servis masih perlu ditingkatkan. Variabel *Customer Satisfaction* memperoleh total skor sebesar 3.182 dengan kategori Baik, yang menunjukkan bahwa pelanggan secara umum merasa puas terhadap pelayanan bengkel. Penilaian positif terlihat dari kesesuaian pelayanan dengan waktu yang diberikan, rasa aman dalam menitipkan kendaraan, serta kepercayaan terhadap kemampuan mekanik. Meskipun demikian, aspek keandalan dan konsistensi kualitas servis masih perlu diperhatikan. Sementara itu, variabel *Customer Retention* memperoleh total skor sebesar 3.134 dengan kategori Baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki kecenderungan untuk kembali menggunakan jasa Bengkel Saudara Motor, tidak berpindah ke bengkel lain, serta bersedia merekomendasikan layanan kepada orang lain. Namun, penggunaan jasa secara berkelanjutan dan kepercayaan dibandingkan bengkel pesaing masih perlu ditingkatkan.

Selanjutnya, hasil pengujian kualitas data menunjukkan bahwa seluruh 24 item pernyataan pada variabel *Service Reliability*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Retention* dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sebesar 0,195. Hasil uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60, yaitu *Service Reliability* sebesar 0,784, *Customer Satisfaction* sebesar 0,777, dan *Customer Retention* sebesar 0,725. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa kedua substruktur regresi telah memenuhi asumsi normalitas, dengan nilai *skewness* dan *kurtosis* pada substruktur pertama masing-masing sebesar -0,221 dan 0,089, sedangkan pada substruktur kedua sebesar -0,516 dan 0,266. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *Tolerance* sebesar 1,000 dan VIF sebesar 1,000 pada substruktur pertama, serta nilai *Tolerance* sebesar 0,382 dan VIF sebesar 2,621 pada substruktur kedua. Sementara itu, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,899 pada substruktur pertama dan 0,667 pada substruktur kedua. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas maupun heteroskedastisitas sehingga memenuhi asumsi klasik.

Selanjutnya, untuk mengetahui pengaruh *Service Reliability* terhadap *Customer Retention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi, dilakukan analisis mediasi menggunakan *PROCESS Macro Model 4* dengan bantuan IBM SPSS versi 32.0. Pengujian ini meliputi pengaruh langsung (*direct effect*), pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), dan pengaruh total (*total effect*). Pengujian efek mediasi dilakukan menggunakan metode *Bootstrap* dengan tingkat kepercayaan 95% untuk mengetahui apakah *Customer Satisfaction* mampu memediasi pengaruh *Service Reliability* terhadap *Customer Retention*.

Analisis Mediasi Menggunakan PROCESS Model 4

Analisis mediasi dilakukan untuk mengetahui peran *Customer Satisfaction* dalam memediasi pengaruh *Service Reliability* terhadap *Customer Retention*. Pengujian menggunakan *PROCESS Macro Model 4* dengan bantuan IBM SPSS versi 32.0. Analisis ini mencakup pengaruh *Service Reliability* terhadap *Customer Satisfaction*, pengaruh *Service Reliability* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Retention*, serta pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel.

Tabel 1. Hasil Pengaruh Service Reliability terhadap Customer Satisfaction

Variabel	Koefisien	Std. Error	t	Sig.	LLCI	ULCI
Service Reliability	0,778	0,062	12,602	0,000	0,656	0,901

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 32.

Berdasarkan Tabel 1, *Service Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, dengan koefisien sebesar 0,778 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai *R-Square* sebesar 0,618 menunjukkan bahwa *Service Reliability* mampu menjelaskan variasi *Customer Satisfaction* sebesar 61,8%, sedangkan 38,2% lainnya dijelaskan oleh faktor di luar model penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa keandalan pelayanan, seperti ketepatan waktu, konsistensi hasil perbaikan, dan pemenuhan janji layanan, berkaitan dengan peningkatan kepuasan pelanggan Bengkel Saudara Motor.

Tabel 2. Hasil Pengaruh Service Reliability dan Customer Satisfaction terhadap Customer Retention

Variabel	Koefisien	Std. Error	t	Sig.	LLCI	ULCI
Service Reliability	0,502	0,085	5,889	0	0,333	0,671
Customer Satisfaction	0,34	0,086	3,947	0	0,169	0,511

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 32.

Berdasarkan Tabel 2, *Service Reliability* dan *Customer Satisfaction* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Retention*. Nilai *R-Square*

sebesar 0,701 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi *Customer Retention* sebesar 70,1%, sedangkan 29,9% lainnya dijelaskan oleh faktor di luar model penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa keandalan pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek yang berkaitan dengan kecenderungan pelanggan untuk tetap menggunakan jasa Bengkel Saudara Motor.

Tabel 3. Hasil Pengaruh Langsung dan Total

Jenis Pengaruh	Jalur	Effect	Std. Error	t	Sig.
Direct Effect	X → Y	0,502	0,085	5,889	0
Total Effect	X → Y	0,767	0,057	13,583	0

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 32.

Tabel 3 menunjukkan bahwa *direct effect Service Reliability* terhadap *Customer Retention* sebesar 0,502 dan signifikan pada tingkat 0,05. Sementara itu, *total effect* sebesar 0,767 menunjukkan pengaruh keseluruhan *Service Reliability* terhadap *Customer Retention* sebelum memperhitungkan variabel mediasi. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa *Service Reliability* memiliki pengaruh langsung terhadap retensi pelanggan sekaligus pengaruh keseluruhan melalui mekanisme hubungan dengan kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Hasil Indirect Effect dan Bootstrap

Jalur Mediasi	Indirect Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI	Kesimpulan
X → Z → Y	0,265	0,065	0,142	0,394	Signifikan

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 32.

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai *indirect effect* sebesar 0,265 dengan interval kepercayaan *Bootstrap* antara 0,142 hingga 0,394. Karena interval tersebut tidak mencakup angka nol, pengaruh tidak langsung *Service Reliability* terhadap *Customer Retention* melalui *Customer Satisfaction* dinyatakan signifikan. Dengan demikian, *Customer Satisfaction* terbukti memediasi hubungan kedua variabel tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Temuan ini sejalan dengan Balinado et al. (2021) yang menunjukkan keterkaitan *reliability* dalam layanan *automotive after-sales service* dengan kepuasan pelanggan. Keandalan pelayanan menjadi penting karena pelanggan mengharapkan proses perbaikan yang tepat, hasil yang sesuai kebutuhan, serta pelayanan yang konsisten.

Selanjutnya, *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Retention*. Hasil ini sejalan dengan Putra dan Raharjo (2022) serta Setyo et al. (2024) yang menunjukkan pentingnya kepuasan dalam mempertahankan pelanggan. Pada jasa bengkel, pengalaman servis yang memuaskan dapat menjadi salah satu pertimbangan pelanggan untuk kembali menggunakan layanan yang sama.

Selain itu, *Service Reliability* juga terbukti berpengaruh langsung terhadap *Customer Retention*. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan dapat mempertahankan penggunaan jasa bengkel karena menilai pelayanan yang diberikan dapat diandalkan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Fazri et al. (2025) mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan retensi pelanggan pada industri otomotif.

Pengujian mediasi menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* berperan sebagai mediator parsial (*partial mediation*). Hal ini ditunjukkan oleh pengaruh langsung yang tetap signifikan setelah variabel mediasi dimasukkan ke dalam model serta pengaruh tidak langsung yang juga signifikan berdasarkan hasil *Bootstrap*. Artinya, keandalan pelayanan dapat meningkatkan retensi pelanggan secara langsung maupun melalui peningkatan kepuasan pelanggan. Temuan ini memperlihatkan bahwa upaya mempertahankan pelanggan Bengkel Saudara Motor perlu didukung oleh pelayanan yang andal sekaligus pengalaman servis yang memuaskan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Service Reliability*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Retention* pada pelanggan Bengkel Saudara Motor berada pada kategori baik. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Service Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* maupun *Customer Retention*. Selain itu, *Customer Satisfaction* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Retention*. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* mampu memediasi secara parsial (*partial mediation*) pengaruh *Service Reliability* terhadap *Customer Retention*. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan keandalan pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat menjadi upaya untuk mempertahankan pelanggan Bengkel Saudara Motor.

6. DAFTAR REFERENSI

Badan Pusat Statistik. (2025). *Perkembangan jumlah kendaraan bermotor menurut jenis kendaraan di Indonesia*. https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTcjMg%3D%3D/perkembangan-jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis.html

Balinado, J. R., Prasetyo, Y. T., Young, M. N., & Persada, S. F. (2021). The effect of service quality on customer satisfaction in an automotive after-sales service. https://doi.org/10.3390/joitmc7020116

Berggren, U., Palmqvist, C.-W., & Pyddoke, R. (2026). Measured service reliability and customer satisfaction in public transport. *Case Studies on Transport Policy, 23*, 101669.

Bougie, S. dan. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach*. *Leadership & Organization Development Journal, 34*(7), 700–701. https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079

Caratao, E. D. R. (2025). *Customer retention in the automotive industry: A mixed method, 27*(01), 1446–1473.

Databoks Katadata. (2026). *Pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor di Indonesia periode 2023–2025*. https://databoks.katadata.co.id/transportasi-logistik/statistik/69b3c0e222e17/pertumbuhan-jumlah-kendaraan-bermotor-di-indonesia-periode-2023-2025

Deriandara, R., & Nuvriasari, A. (2024). The influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty with customer engagement as mediation: A study at "Kopi Dari Hati", Madiun. *3*(11), 5285–5298.

Diniyah, K., & Hendrayanti, S. (2023). Pengaruh komitmen, kepercayaan, dan kepuasan terhadap retensi pelanggan. *Seminar Nasional STIE Semarang*.

Fazri, B., Chandra, E., Utamaningsih, A., Nurtjahjani, F., Studi, P., Manajemen, D., Jurusan, P., Niaga, A., & Negeri, P. (2025). Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Retention* di Auto2000 Cabang Sukun Kota Malang. *1*(5), 3886–3901.

Fifana. (2020). *Service quality, relationship benefit and experience value in the auto repair services sector* (0–15).

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* (Edisi 10).

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis*.

Halim, F., & Kurniullah, A. Z. (2021). *Manajemen pemasaran jasa*. Yayasan Kita Menulis.

Hayes, A. F. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*.

Kompas Otomotif. (2026). *Penjualan motor 2025 capai 6,41 juta unit*. https://otomotif.kompas.com/read/2026/01/09/070216815/penjualan-motor-2025-naik-tipis-tembus-64-juta-unit

Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of marketing* (17th ed.).

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th Global ed.).

Kridiawan, Y. (2023). *The effect of gamification on customer retention in automotive after-sales services: A case study of the authorized car dealer*. https://doi.org/10.5281/zenodo.11044529

Kumar, R., Lohmor, S., Sharma, R., & Sahiba, Z. (2024). The customer loyalty vs. customer retention: The impact of customer relationship management on customer satisfaction. *22*, 425–442. https://doi.org/10.3233/WEB-230098

Kurnia, A., Rizkina, A., Irwan, Z., & Labo, A. (2025). The influence of reliability on customer loyalty mediated by customer satisfaction. *Advances in Business & Industrial Marketing Research, 3*(1), 16–29.

Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Jr., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar sampel dalam penelitian kesehatan*. Gadjah Mada University Press.

Nindya, G., Listiana, E., & Afifah, N. (2024). Pengaruh *Quality of Service* dan *Complaint Handling* terhadap *Customer Retention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening. *20*(3), 615–625.

Primadi, A., & Tohir, M. (2023). Analisis pengaruh waktu, biaya dan keandalan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam logistik. *1*(3), 135–141.

Putra, B. A., & Raharjo, S. T. (2022). Pengaruh manajemen hubungan pelanggan dan reputasi perusahaan terhadap retensi pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Management, 11*, 1–11.

Putri, D., Sari, R., & Nugroho, A. (2025). *Service reliability* dan program kerja terhadap retensi pelanggan di apotek. *Syntax Literate, 10*(7).

Ramadhani, A., Santosa, W., & Dewayana, T. S. (2025). Pengaruh nilai logistik, kualitas layanan logistik, dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan dan retensi pelanggan generasi Z. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 14*.

Rasyid, F., & Taufan, M. (2024). Service quality on customer loyalty: Mediation of customer satisfaction. *Advances in Business & Industrial Marketing Research, 2*(3), 150–163.

Rizkiana, C., Setyawan, Y., & Souisa, J. (2023). Analisis pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan (studi pada Bengkel Mobil Sinar Audio Semarang). *2*(2).

Said, M., Ruth, A., & Sinaga, S. (2025). Analisis kepuasan pelanggan terhadap Bengkel AHASS Karya Servis di Kota Medan menggunakan metode K-Means Clustering. *6*(4), 4582–4595.

Saputra, Y., & Rosihan, R. I. (2023). Analisis kualitas pelayanan dengan metode SERVQUAL dan IPA: Studi kasus di Bengkel CV Nusantara Motor. *2*, 103–112. https://doi.org/10.52330/jtm.v21i2.113

Saputri, D. A., Istanto, Y., & Wisnalmawati, W. (2024). The effect of service quality on customer loyalty through satisfaction and trust as mediators (survey of nail art brand customers "It's Rare" Yogyakarta). *22*(02), 2138.

Saselah, J. D., Koleangan, R., & Kojo, C. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan bengkel resmi Toyota Service Station CV. Kombos Cabang Tendean. *Jurnal EMBA, 10*(3).

Setyo Legowo Wiryono, Andhi Supriyadi, & J. A. P. (2024). Mempertahankan retensi pelanggan yang dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan pada PT Piranti Berkah Travelindo. *Edunomika, 8*(1), 1–14.

SmartScrapers. (2025, October 15). *List of motorcycle parts stores in Tasikmalaya*. Rentech Digital. https://rentechdigital.com/smartscraper/business-report/details/indonesia/west-java/list-of-motorcycle-parts-stores-in-tasikmalaya

Sudarso, A., Sahir, S. H., Kato, I., Munthe, R. N., SN, A., Prasetio, A., Nainggolan, N. T., Lie, D., Gandasari, D., & Simarmata, H. M. P. (2021). *Pemasaran jasa*. Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.

Syahrial, A. N., Akib, H., & Mardatilla, A. M. (2024). Pengaruh *Service Quality* (kualitas pelayanan) terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa servis Bengkel Faisal Kabupaten Gowa. *3*(1), 25–34.

Taufan, S., & Akhsan, M. N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan bengkel terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *Ultima Management, 15*(2).

Tedjokusumo, C. (2023). Customer satisfaction as a mediator between service quality and customer loyalty: A case study of Bank Central Asia. *27*(2), 156–170. https://doi.org/10.20885/jsb.vol27.iss2.art3

Terre, V. E., & Almario, A. B. (2024). Service quality and customer satisfaction of after-sales service of a car dealer in San Pablo City. *Business and Economics in Developing Countries, 2*(1), 29–35. https://doi.org/10.26480/bedc.01.2024.29.35

Tjiptono, F. (2023). *Service, quality & satisfaction*.

Wahana Honda. (2026). *Penjualan sparepart, aksesori dan apparel tumbuh 3,9%, WMS bukukan Rp 500 miliar lebih*. https://www.wahanahonda.com/blog/penjualan-sparepart-aksesori-dan-apparel-tumbuh-39-wms-bukukan-rp-500-miliar-lebih

Wijaya, S. F., Teknik, F., & Negeri, U. (2021). Analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Bengkel Sepeda Motor ATC-ASC Jurusan. *4*(November), 69–78.

Yasfi, S. M., & Pardede, R. (2023). Influence of e-service quality on customer retention and word of mouth (WOM) mediated by customer satisfaction. *4*(11), 1168–1179.

Zhengmeng, C., Malik, M., Hussain, M., & Hussain, S. (2024). Exploring customer retention dynamics: A comparative investigation of factors affecting customer retention in the banking sector using mediation-moderation approach. *Heliyon, 10*(19), e36919. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36919