**ABSTRAK**

Bengkel mobil Kencana Bandung merupakan salah satu dari beberapa bengkel mobil yang mampu bertahan meskipun banyak bermunculan bengkel-bengkel mobil baru di kota Bandung. Selain faktor persaingan masalah yang dihadapi adalah menerima keluhan-keluhan yang berhubungan dengan kesalahan dalam perbaikan mobil.

Tujuan penelitian untuk Untuk mengetahui bauran pemasaran jasa, mengetahui kondisi loyalitas pelanggan, dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Kencana Motor Bandung.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deksriptif verifikatif sedangkan teknik pengumpulan data melalui studi lapangan dengan menyebarkan kuesioner dan observasi serta wawancara dan data kepustakaan. Analisis data uji validitas dan uji reliabilitas, uji korelasi, uji koefisien determinasi erta pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan Bauran pemasaran jasa di Bengkel Mobil Kencana dapat dikatakan baik, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan berada pada interval 3,40 – 4,19, walau demikian masih terdapat nilai rendah sehingga perlu ditingkatkan, seperti masih kurangnya fasilitas yang dirasakan konsumen. Loyalitas pelanggan pada Bengkel Mobil Kencana dikatakan tinggi, hal ini karena nilai rata-rata sebesar 3.87 yang berada pada interval 3,40 - 4,19.. Bauran pemasaran jasa dan loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan hubungan yang kuat dengan nilai 0.784 dan berpengaruh sebesar 61.4%. Hasil uji hipotesis menunjukkan Ftest lebih besar dari Ftabel dengan demikian bauran pemasaran jasa dan loyalitas pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan perlu adanya kegiatan monitoring pengunjung perlu ditingkatkan kembali sebagai usaha untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan. Melakukan promosi diharapkan konsumen lama maupun baru berkeinginan untuk berkunjung. melakukan survey lapangan terhadap konsumen yang dapat dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para konsumen yang datang sehingga akan diketahui tingkat loyalitas pelanggan.

Kata kunci: bauran pemasaran jasa dan loyalitas pelanggan

***ABSTRACT***

*Car workshop Kencana Bandung is one of several auto repair shops are able to survive despite the many emerging new car repair shops in the city. In addition to the competition problems is receiving complaints related to errors in car repairs.*

*For research purposes to know the marketing mix, knowing the condition of customer loyalty, and determine the effect of service quality on customer loyalty in Kencana Car workshop.*

*The research method used is descriptive method verification while data collection through field studies by distributing questionnaires and observations, interview and literature data. Analysis of data validity and reliability test, correlation, coefficient determination hypothesis testing.*

*The results showed services in the marketing mix Kencana Car workshop can be good, since the average value of the whole statement is in the interval 3.40 to 4.19, however there is still a low value that needs to be improved, such as the lack of facilities is still perceived consumer, Customer loyalty Car workshop Kencana said to be high, it is because the average value of 3.87 which is in the interval 3.40 to 4.19. The marketing mix of services and customer loyalty effect on customer loyalty with a strong connection with the 0.784 value and effect amounted to 61.4%. Hypothesis test results showed greater Ftest Ftable thus marketing mix and customer loyalty significantly influence customer loyalty.*

*The suggestions to researchers pointed out the need for monitoring visitor activity needs to be increased back in an effort to determine the level of customer loyalty. Promoting expected old and new customers willing to pay a visit. conduct field surveys to consumers that can be done by distributing questionnaires to customers who come so they will know the level of customer loyalty.*

*Keywords: marketing mix and customer loyalty*

***RINGKESAN***

*Bengkel Mobil Kencana Bandung mangrupa salah sahiji ti bengkel mobil anu masih tahan sanajan loba ayana bengkel mobil anyar. Sajaba masalah kompetisi ieu narima hal patali kasalahan dina perbaikan mobil.*

*Pikeun tujuan panalungtikan nyaho campuran marketing, nyaho kaayaan kasatiaan langganan, sarta nangtukeun éfék kualitas layanan dina kasatiaan langganan di Bengkel Mobil Kencana Bandung.*

*Tata cara panalungtikan anu dipaké nyaéta deskriptif verifikasi metoda bari kumpulan data ngaliwatan studi lapangan ku diwartosan kuesioner jeung observasi ogé tanya jawab jeung data pustaka. Analisis validitas data jeung test reliabiliti, korelasi, koefisien determinasi hipotesa.*

*Hasil jasa dina bauran pemasaran Bengkel Mobil Kencana Bandung ngalereskeun bisa alus, saprak nilai rata-rata sakabeh pernyataan aya dina interval 3,40 ka 4,19, kumaha masih aya nilai nu perlu ningkat, saperti kurangna fasilitas masih katarima konsumen. Ngalereskeun langganan kasatiaan Bengkel Mobil Kencana Bandung sabab nilai rata-rata 3,87 anu aya di interval 3,40 ka 4,19. Nu bauran pemasaran jasa jeung pangaruh kasatiaan langganan dina kasatiaan langganan jeung sambungan kuat ku nilai 0,784 jeung pangaruhna 61,4%. hasil test hipotesa némbongkeun Fhitung leuwih gede tibatan Ftabel, jadi pamasaran campuran nyata ngaruh kana kasatiaan langganan.*

*Nu bongbolongan ka panalungtik nunjukeun peryogi yen pagawean aktivitas nu datang perlu ngaronjat deui dina upaya pikeun nangtukeun tingkat kasatiaan langganan. Promosi. ngalaksanakeun survey lapangan ka konsumén ku kuesioner ka konsumén pikeun nu meuli ngarah bakal nganyahokeun tingkat kasatiaan langganan.*

*Konci: pemasaran campuran jeung kasatiaan langganan*