

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL YAMAHA JAYA BARU MOTOR DI KOTA PALOPO

Anita¹, Edi Maszudi², Samsinar³

Universitas Muhammadiyah Palopo

Jl. Jend Sudirman, 91922, Indonesia

Email: anitarannu181@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel yamaha jaya baru motor di kota palopo. Variabel independen yang digunakan adalah kualitas pelayanan, variabel dependen yang digunakan adalah kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear sederhana, dengan tambahan uji validitas dan uji reliabilitas. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan pada bengkel Jaya Baru Motor di Kota Palopo yang berjumlah 35 pelanggan. Alat yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini yaitu menggunakan aplikasi SPSS *type 22*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at the Yamaha Jaya Baru motorcycle repair shop in Palopo City. The independent variable used is service quality, the dependent variable used is customer satisfaction. This study uses quantitative research methods and uses simple linear regression analysis, with additional validity and reliability tests. Respondents in this study were customers at the Jaya Baru Motor repair shop in Palopo City, totaling 35 customers. The tool used to process data in this study is using the SPSS *type 22* application. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis pada era modern ini, merupakan persaingan pasar yang sangat tajam, baik dipasar domestik maupun pasar internasional. Merujuk Noor (2020), mengatakan bahwa perusahaan harus mampu memenangkan persaingan dengan memberikan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan, seperti memberikan produk yang mutunya lebih baik dan harganya lebih murah. Sementara itu, untuk mendirikan usaha dibutuhkan beberapa faktor penunjang untuk melancarkan sebuah kemajuan bisnis demi mempertahankan keberlangsungan sebuah usaha tersebut. Diperlukan berbagai strategi yang matang untuk memperlihatkan usaha yang mampu terus bertahan pada ketatnya persaingan pasar. Terlebih lagi belakangan ini, persaingan pasar yang sangat ketat salah satunya dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Beberapa faktor yang dapat menunjang sebuah usaha adalah memberikan kualitas pelayanan dan kepuasan kepada pelanggan.

Persaingan perusahaan berkembang semakin pesat maka dari itu setiap perusahaan jasa bengkel membuat rencana persaingan misalnya, menyediakan jaminan kemudahan kepada pelanggan. Dengan adanya bengkel yakni sesuatu yang sangat penting, mesin- mesin mendapat perawatan dengan rutin. Dan mesin-mesin yang mengalami kerusakan dalam pemakaian dapat dilakukan perbaikan seperti mengganti oli mesin,perbaikan mesin tanam,pembuatan barang untuk pemeriksaanmesin dan lain sebagainya merujuk Transisco (2016). Dengan banyaknya usaha dibidang perbengkelan ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara satu bengkel dengan bengkel lainnya. Dengan adanya persaingan ini pula maka masing-masing bengkel berusaha meningkatkan jumlah pelanggan serta mempertahankan pelanggan agar tetap setia menggunakan jasanya dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan Rohman (2017).

Peningkatan kualitas pelayanan adalah salah satu strategi pemasaran utama yang berhubungan dalam memuaskan keinginan suatu pelanggan untuk menghasilkan

kualitas layanan baik, setiap perusahaan melakukan penawaran pelayanan sesuai yang diharapkan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan. Semakin memuaskan kualitas pelayanan yang dirasakan seorang pelanggan tentu mereka akan semakin puas. Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi perusahaan, seperti, memotivasi terlaksananya pengabdian pelanggan dan keunggulan perusahaan akan semakin dikenal dikalangan masyarakat, khususnya bagi para pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan berusaha memahami harapan pelanggan yang dihasilkan pelayanan yang diberikan.

Menurut Nuraeni(2021)Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor- faktor yang mempengaruhinya, seperti kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa.

Berdasarkan beberapa pemaparan tentang definisi dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di atas dapat disimpulkan bahwa, Kualitas pelayanan adalah suatu perusahaan yang memiliki kualitas pelayanan yang harus di perhatikan tingkat keunggulan dalam sebuah perusahaan tersebut. Dan kepuasan pelanggan adalah suatu perusahaan memiliki strategi pemasaran produk yang membuat gaya tarik sebuah konsumen untuk menggunakan produk, dan konsumen akan merasa puas dengan produk tersebut. Pelanggan apabila dirinya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan atau pengguna jasa tersebut akan menceritakan kepuasan layanan tersebut kepada calon pelanggan lain. Akan tetapi apabila pelanggan tersebut tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalaman mengecewakan. Apabila mengecewakan pelanggan itu akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan menurut Veronica (2017).

Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan, dimana menunjukkan hasil temuan yang bervariasi, seperti penelitian yang dilakukan oleh Mahira *et al* (2021) yang melakukan penelitian tentang Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian Rivaldy (2021) melakukan penelitian pengaruh strategi promosi, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dimana hasil penelitian tersebut adalah strategi promosi (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas layanan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Atas dasar latar belakang diatas, peneliti mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Yamaha Jaya Baru Motor Di Kota Palopo”.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah paduan antara sifat dari karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, jadi pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya. Kata “kualitas” mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala yang membahagiakan (Marthanti, 2019).

Kualitas pelayanan adalah Perusahaan harus berusaha memahami dengan tepat apa yang diinginkan oleh konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik guna memenuhi keinginan konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumennya sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan inginkan Triandah *et al* (2017). Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk

memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada “dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang di terima atau dirasakan(Armansyah & Jailani, 2020).

Kualitas Pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi manajemen. Kualitas Pelayanan telah menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuanteknologi, tahapan perekonomian dan sosial budaya masyarakat. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan Rivaldy (2021).

Kepuasan Pelanggan

Merujuk Hayani (2020) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan bahagia atau kecewa yang muncul setelah menggunakan hasil produk dengan mempertimbangkan tentang hasil yang diharapkan. Kepuasan pelanggan adalah penjelasan pelanggan terhadap konsep analisis atas perbedaan awal sebelum pembelian dan kemampuan diterima produk setelah pelanggan menggunakan produk tersebut (Hayani, 2020).

Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawa harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelangganTaufik (2013).

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah kekurangan perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang diterima selama menjadi pelanggan. Setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja anggota layanan jasa yang telah diterima pelanggan dan merasa puas atau tidak menyesal apabila kinerjanya sesuai dengan harapan atau bukan melebihinya merujuk (Mahira et al., 2021).

Adanya kepuasan yang dialami pelanggan akan pelayanan dapat memberikan nilai positif dan mengharuskan pelanggan menggunakan jasa layanan kembali merujuk (Sholeha et al., 2018).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya Normasari et al (2013). Kepuasan pelanggan berbarengan dengan ketidakpuasan. Artinya adalah respon pelanggan terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi, kepuasan adalah sebagai suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh pelanggan pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi produk/jasa Marthanti (2019).

Kepuasan atau satisfaction dari bahasa latin "satis" (artinya cukup baik) dan "facto" (melakukan atau membuat) dengan demikian kepuasan dapat diartikan sebagai pemenuhan sesuatu atau sesuatu yang memadai. Sedangkan, secara istilah Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang Noor (2020).

Hipotesis

H₀ : Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Yamaha Jaya Baru Motor di Kota Palopo.

H₁ : Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Yamaha Jaya Baru Motor di Kota Palopo

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer yang digunakan diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan pada bengkel Jaya Baru Motor di Kota Palopo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pada bengkel Jaya Baru Motor di Kota Palopo. Berdasarkan teknik yang digunakan, peneliti akan mengambil sampel sebanyak 35 pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

No.	Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	X _{1.1}	0,542	0,2826	Valid
		X _{1.2}	0,524	0,2826	Valid
		X _{1.3}	0,893	0,2826	Valid
		X _{1.4}	0,863	0,2826	Valid
		X _{1.5}	0,512	0,2826	Valid
		X _{1.6}	0,882	0,2826	Valid
		X _{1.7}	0,899	0,2826	Valid
		X _{1.8}	0,680	0,2826	Valid
		X _{1.9}	0,877	0,2826	Valid
		X _{1.10}	0,841	0,2826	Valid
		X _{1.11}	0,562	0,2826	Valid
		X _{1.12}	0,851	0,2826	Valid
		X _{1.13}	0,840	0,2826	Valid
		X _{1.14}	0,810	0,2826	Valid
		X _{1.15}	0,498	0,2826	Valid

		X _{1.16}	0,730	0,2826	Valid
		X _{1.17}	0,775	0,2826	Valid
		X _{1.18}	0,880	0,2826	Valid
2.	Kepuasan Pelanggan	Y _{1.1}	0,564	0,2826	Valid
		Y _{1.2}	0,783	0,2826	Valid
		Y _{1.3}	0,871	0,2826	Valid
		Y _{1.4}	0,864	0,2826	Valid
		Y _{1.5}	0,572	0,2826	Valid
		Y _{1.6}	0,686	0,2826	Valid
		Y _{1.7}	0,870	0,2826	Valid
		Y _{1.8}	0,352	0,2826	Valid
		Y _{1.9}	0,890	0,2826	Valid
		Y _{1.10}	0,761	0,2826	Valid
		Y _{1.11}	0,472	0,2826	Valid
		Y _{1.12}	0,862	0,2826	Valid
		Y _{1.13}	0,798	0,2826	Valid

Berdasarkan Uji Validitas dengan program SPSS versi 26, dapat dilihat ke 2 variabel yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid untuk setiap pernyataan variabel dimana setiap pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel yaitu : 0,2826.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach's</i>	Batas Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,764	0,2826	Reliabel
Kepuasan Pelanggan(Y)	0,767	0,2826	Reliabel

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil *Cronbach's Alpha* dari semua variable > 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument dari kuesioner penelitian dapat dipercaya sebagai alat ukur dalam menjelaskan variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan(Y).

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.286	4.984		2.867	0.007
	Total X	0.544	0.068	0.814	8.037	0.000

a. Dependent Variable: Total Y

Dari tabel diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 14, 286 dan nilai koefisien untuk variabel kualitas pelayan sebesar 0,554 maka persamaan regresi diperoleh sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bx$$

$$Y = 14,286 + 0,554x$$

Dari persamaan regresi yang diperoleh, mempunyai arti sebagai berikut:

- Nilai konstan sebesar 14,286 bernilai positif yang artinya variabel kualitas pelayanan bernilai 0 maka variabel kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 14,286.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X) mengalami kenaikan sebesar 0,554 yang artinya jika variabel lainnya bernilai tetap dan mengalami kenaikan 1%, maka variabel kepuasan pelanggan(Y) akan mengalami kenaikan 0,554.

Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Tabel 4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 ^a	0.662	0.652	7.066
a. Predictors: (Constant), Total X				
b. Dependent Variable: Total Y				

Berdasarkan table diatas, diketahui nilai R Square sebesar 0,662 artinya bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 66,2% terhadap kepuasan pelanggansedangkan 33,8% dipengaruhi oleh variable lain.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 5 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3225.235	1	3225.235	64.593	.000 ^b
	Residual	1647.736	33	49.931		
	Total	4872.971	34			
a. Dependent Variable: Total Y						
b. Predictors: (Constant), Total X						

Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 64,593 > F_{tabel} 4,14$. Dengan demikian bahwa semua variable independen dalam penelitian ini secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Tabel 6 Uji Statistik t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.286	4.984		2.867	0.007
	Total X	0.544	0.068	0.814	8.037	0.000

a. Dependent Variable: Total Y

Hipotesis yang pertama (H1) diketahui untuk kualitas pelayanan (X1) $t_{hitung} = 8,037 > t_{tabel} = 0,2826$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pembahasan

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis pertama diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis pertama diterima. Dalam penelitian Hayani (2020) menyatakan bahwa kepuasan merupakan perasaan bahagia atau kecewa yang muncul setelah menggunakan hasil produk dengan mempertimbangkan tentang hasil yang diharapkan. Kepuasan pelanggan adalah penjelasan pelanggan terhadap konsep analisis atas perbedaan awal sebelum pembeli dan kemampuan diterima produk setelah pelanggan menggunakan produk tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Normasari et al (2013) dan Marthanti (2019) dengan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dimana semakin bagus pelayanan jasa seseorang maka

pelanggan semakin puas. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Syarif & Widodo (2020) yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. berdasarkan hipotesis pertama (H) diketahui untuk kualitas pelayanan (X) $t_{hitung} = 8,037 > t_{tabel} = 0,2826$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukan bahwa semakin bagus pelayanan karyawan maka semakin puas pelanggan terhadap pelayanan karyawan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas maka penulis memberikan saran antaran lain:

1. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi penelitian selanjutnya yang memiliki topik dan tema yang sama.
2. Selain menggunakan kuesioner secara tertulis bisa ditambahkan dengan menggunakan wawancara atau *interview*. Selain itu, untuk peneliti selanjutnyadiharapkan melaksanakan penelitian dengan responden yang lebih luas agar penelitian dapat digunakan secara universal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2020). *Pengantar metodologi penelitian*.
- Armansyah, A., & Jailani, M. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Ramayana Lestari Sentosa Ciputat. *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/drj.v3i2.6294>
- Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Cetakan Ke). Alfabeta.
- Hardani, H., Medica, P., Husada, F., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., & Fardani, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue April).
- Hayani, H. (2020). Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(2), 133–141. <https://doi.org/10.31539/jomb.v2i2.1847>
- Kurniasih, I. D. (2012). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang)*. 37–45.
- Lingga Bayu permandi, N. I. sudarso. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada bengkel X dengan pendekatan Service Quality*. 60–63.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1).
- Marthanti, A. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda*. 2(2), 62–72.
- Noor, F. V. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Herba Penawar Alwahida Indonesia. In *Akrab Juara* (Vol. 5, Issue 1).
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2).
- Noviyanti, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv Usaha Mandiri Jakarta Selatan. *Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(2). <https://doi.org/10.32493/frkm.v1i2.2538>
- Nuraeni. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab. *Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.8(1).
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & M.Budiantara. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*.
- Rivaldy, B. F. (2021). Pengaruh Strategi Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Value Added| Majalah Ekonomi Dan ...*

- Rohman, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel MR.Montir Citayam. In *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*. [http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/36006/1/Abdur Rohman - Fitk.Pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/36006/1/AbdurRohman - Fitk.Pdf)
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1). <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>
- Suharso, E. S. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Resmi Yamaha CV. Sarana Makmur Sejahtera (SMS) Motor Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah*, 2(2).
- Syafina, L., & Harahap, N. (2019). *Metode Penelitian Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. 133.
- Syarif, A., & Widodo, A. (2020). Analisis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan konsumen menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Important Performance Analysis (IPA) pada bengkel Auto 2000 Asia Afrika Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3).
- Taufik, A. (2013). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus di Grand City Hotel Gorontalo)*.
- Transisco, T. (2016). *Pengaruh Assurance Dan Empathy Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Bengkel Resmi Yamaha Di Kota Poso*. 1–9.
- Trianah, L., Pralitasari, D., & Zahrani Marichs, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(01), 105–122. <https://doi.org/10.36406/Jemi.V26i01.201>
- Veronica, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Development*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>