



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Dedi Motor Di Bawan Kecamatan Ampek Nagari

Mulyadi¹

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perdagangan Padang

mulyadicaniago74@gmail.com

Abstract

The development of the business developments have evolved from being just an ordinary business to becoming a global business. The company provides various variations in terms of attractive services to customers, the services provided to customers are vehicle repair services providing new services to retain customers. Dedi Motor Bawan Workshop, Ampek Nagari District must be able to provide quality service facilities compared to competitors, so that service innovation occurs which is needed, one of which is by utilizing information system technology which every customer's wishes are recorded in the information system. Then, using a questionnaire distributed to 100 respondents, the data was collected and analyzed using SPSS. The results obtained are that service quality has a significant effect on customer satisfaction which is revealed using the F test results where the f table value of 1.98 is smaller than the t value of 175.2636 and the significance value is smaller than 0.005. This causes Ho to be rejected and Ha to be accepted.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Technology Information System

Abstrak

Perkembangan bisnis saat ini sudah banyak berkembang dari sekedar bisnis biasa menjadi sebuah bisnis global. Perusahaan menyediakan berbagai variasi dalam hal menarik jasa kepada pelanggan, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan adalah jasa perbaikan kendaraan menyediakan layanan baru untuk mempertahankan pelanggan Bengkel Dedi Motor Bawan Kecamatan Ampek Nagari harus mampu memberikan fasilitas pelayanan yang berkualitas dibandingkan kompetitor, sehingga terjadi inovasi pelayanan yang dibutuhkan salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi sistem informasi yang menjadi keinginan setiap pelanggan tercatat dalam sistem informasi. Kemudian dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada 100 responden tersebut data dikumpulkan dan dianalisis menggunakan SPSS V.23. Hasil yang di dapat adalah kualitas pelayanan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang diungkapkan menggunakan hasil uji F dimana nilai F-tabel sebesar 1,98 lebih kecil dari nilai t-hitung sebesar 175.2636 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,005. Hal ini menyebabkan Ho ditolak dan Ha diterima.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Teknologi Sistem Informasi

© 2024 Jurnal IJMB

1. Pendahuluan

Era global saat ini, perkembangan dunia usaha semakin pesat semakin maju. Adanya persaingan tersebut memerlukan antisipasi dengan suatu pemikiran yang kritis dan pemanfaatan secara optimal sumber daya yang dimiliki suatu bisnis [1]. Sebagai salah satu bentuk organisasi, suatu bisnis atau perusahaan bertujuan untuk menghasilkan laba, tumbuh berkembang, dan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dengan tujuan tersebut tentunya mendorong perusahaan untuk mencari sumber-sumber dana yang efektif dalam menjalankan usahanya.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang berkaitan erat dan tidak dapat dipisahkan dengan

pelanggan yang diberikan oleh perusahaan karena kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dan kinerja suatu perusahaan yang dirasakan pelanggan [2]. Perusahaan yang unggul dalam pasar harus mengamati harapan pelanggan, kinerja perusahaan menjadi tolak ukur kepuasaannya, sehingga suatu perusahaan harus berwawasan pelanggan agar dapat memenangkan persaingan pasar.

Kotler dan Keller [3] mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan harapannya.

Kotler dan Amstrong, [3] menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan, dimana

kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan pelanggan (customer satisfaction) bergantung pada pemikiran kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli. Perusahaan pemasaran terkemuka akan mencari cara tersendiri untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya. Pelanggan yang merasa puas akan kembali datang dan mereka akan memberi tau yang lain tentang pengalaman baik mereka tersebut.

Langkah awal untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan pra kuesioner.

2. KAJIAN TEORI

2.1. Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Amstrong, [3] berpendapat terkait kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan dimana kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan pelanggan (customer satisfaction) bergantung pada pemikiran kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli. Perusahaan pemasaran terkemuka akan mencari cara tersendiri untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya [4]. Pelanggan yang merasa puas akan kembali datang dan mereka akan memberi tau yang lain tentang pengalaman baik mereka tersebut.

Kepuasan berasal dari puas yakni pernyataan perasaan atas suatu hal, sedangkan kepuasan pelanggan adalah hasil dari persepsi pelanggan dari nilai yang diterima dalam transaksi atau hubungan dimana nilai sama dengan kualitas pelayanan yang dirasa relative terhadap harga dan biaya yang dikeluarkan pelanggan [5], [6]

Lupiyoadi [7] menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, antara lain:

a. Kualitas produk

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kualitas produk itu ada dua jenis yaitu eksternal dan internal.

a. Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

b. Emosional

Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merk yang mahal.

c. Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi memiliki dan menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang tinggi.

d. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung merasa puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan menurut Kotler [8] “keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”.

Arti pelayanan berdasarkan sudut pandang Kotler ini adalah kegiatan yang secara wujud tidak dapat dirasakan tapi melalui kegiatan ini terjadi penawaran kepihak lain tanpa menyebabkan penukaran kepemilikan dari satu pihak ke pihak lain ada pendapat lain yang mengatakan bahwa untuk menilai suatu kualitas pelayanan tidak hanya menggunakan perusahaan sebagai tolak ukurnya namun harus diamati juga bagaimana jika ditinjau dari penaksiran yang dilakukan oleh pelanggan [9]. Berdasarkan hal ini langkah yang perlu dilakukan untuk merumuskan kebijakan dan desain rencana pelayanan harus relevan dengan minat pelanggan dan tetap berlandaskan elemen kualitas pelayanan [10].

Ada lima parameter yang bisa digunakan sebagai acuan mengetahui kualitas pelayanan yaitu

a. Tangible, adalah penampakan fasilitas fisik, seperti: kantor, tempat bekerja, mesin kelengkapan peralatan, gudang keramahan dan kerapian karyawan.

b. Realibility, adalah dapat melaksanakan servis sesuai dengan waktu yang telah ditentukan sehingga hasil yang diperoleh dapat teruji.

c. Responsiveness, adalah dapat memberikan respon yang cepat dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

d. Assurance adalah kemampuan untuk memberikan jaminan, kepastian dan keyakinan, sehingga dapat memberikan rasa aman dan menghilangkan keraguan.

e. Emphaty, adalah kemampuan memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan, sehingga dapat menghasilkan komunikasi yang baik.

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar.1



Gambar.1 Kerangka Pemikiran

2. Metode Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan variabel dependen dinotasikan sebagai variabel Y, Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, variabel independen merupakan variabel bebas dan dinotasikan sebagai variabel X variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan.

Informasi yang didapatkan berasal dari narasumber pertama atau pribadi diperoleh dengan berbagai cara seperti interview atau mengisi angket. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner yakni tentang berbagai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Dedi Motor di Bawan Kecamatan Ampek Nagari

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian bersifat tertutup yaitu responden hanya bisa menjawab sesuai pilihan jawaban yang telah disediakan. Adapun skala pengukuran yang dipakai non probability sampling.

Nilai toleransi pemulangan sampel yang digunakan adalah 10 %, dimana margin of error yang dipakai untuk penelitian kali ini juga sebesar 10 % sehingga jumlah sampel minimum yang harus diperoleh sebanyak : $n = 96,04$ dibulatkan menjadi 96 berdasarkan hal tersebut jumlah yang harus dipenuhi atau dihimpun sebanyak 100 responden.

3. Hasil dan Pembahasan

Rangkaian

4.1. Karakteristik Responden

Hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang menjadi responden penelitian, maka dapat diketahui karakteristik setiap responden dengan harapan agar informasi ini dapat dijadikan masukan bagi Bengkel Dedi Motor di Bawan Kecamatan Ampek Nagari lama dalam menilai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang cocok dengan spesifikasi masing-masing responden. Karakteristik yang diteliti adalah jenis kelamin, usia, pendidikan, status.

4.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah uraian analisis statistik untuk menggambarkan tentang ringkasan data yang telah dikumpulkan dari sebuah penelitian. Data yang dikumpulkan dengan cara melaksanakan penyebaran kuesioner kepada responden sebanyak 100 orang menggunakan skala likert's dengan jawaban pertanyaan ya atau tidak kuesioner yang diperoleh diproses dan diolah berdasarkan masing-masing faktor yang diteliti yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

4.3. Kualitas Data

4.3.1 Uji Validitas

Validasi data diukur dengan melihat taraf signifikan error untuk uji two tail digunakan 0,05 atau 5 % dengan $N = 100$ jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan bernilai positif, maka data dikatakan valid, sedangkan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel tersebut tidak valid.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item Total Correlation	Cronbach's Alfa If item Deleted	Kesimpulan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,412	0,809	Valid
	Y1.2	0,607	0,737	Valid
	Y1.3	0,632	0,732	Valid
	Y1.4	0,643	0,724	Valid
	Y1.5	0,587	0,742	Valid
Tangible (X ₁)	X1.1	0,622	0,913	Valid
	X1.2	0,790	0,907	Valid
	X1.3	0,579	0,914	Valid
Empathi (X ₂)	X2.1	0,643	0,912	Valid
	X2.2	0,589	0,914	Valid
	X2.3	0,597	0,914	Valid
Reliability (X ₃)	X3.1	0,553	0,916	Valid
	X3.2	0,804	0,907	Valid
	X3.3	0,655	0,912	Valid
Responsivness (X ₄)	X4.1	0,658	0,912	Valid
	X4.2	0,609	0,914	Valid
	X4.3	0,688	0,912	Valid
Assurance (X ₅)	X5.1	0,467	0,918	Valid
	X5.2	0,705	0,911	Valid
	X5.3	0,477	0,917	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Primer 2023

Berdasarkan data pada tabel 1 maka dapat disimpulkan nilai Corrected Item Total Correlation yang menjadi dasar dalam mengambil keputusan r-hitung akan dibandingkan dengan r-tabel maka dapat dilihat semua item pernyataan dari semua variabel menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang berarti valid.

4.4. Uji Reliabilitas

Pada pengujian reliabilitas ini penelitian yang baik apabila nilai Cronbach's Alpha (α) mendekati nilai 1. Suatu instrument dinyatakan reliabel jika nilai $\alpha \geq 0,6$. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil pengujian data sebagai berikut :

Tabel. 2 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reabiliti	N of items	Hasil
Kualitas Pelayanan (X)	0,918	$\geq 0,6$	15	Reliable
X.1.1	0,913	$\geq 0,6$		Reliable
X.1.2	0,907	$\geq 0,6$		Reliable
X.1.3	0,914	$\geq 0,6$		Reliable
X.2.1	0,912	$\geq 0,6$		Reliable
X.2.2	0,914	$\geq 0,6$		Reliable
X.2.3	0,914	$\geq 0,6$		Reliable
X.3.1	0,916	$\geq 0,6$		Reliable
X.3.2	0,907	$\geq 0,6$		Reliable
X.3.3	0,912	$\geq 0,6$		Reliable
X.4.1	0,912	$\geq 0,6$		Reliable
X.4.2	0,914	$\geq 0,6$		Reliable
X.4.3	0,912	$\geq 0,6$		Reliable
X.5.1	0,918	$\geq 0,6$		Reliable
X.5.2	0,911	$\geq 0,6$		Reliable
X.5.3	0,917	$\geq 0,6$		Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,789	$\geq 0,6$	5	Reliable
Y.1.1	0,809	$\geq 0,6$		Reliable
Y.1.2	0,737	$\geq 0,6$		Reliable
Y.1.3	0,732	$\geq 0,6$		Reliable
Y.1.4	0,724	$\geq 0,6$		Reliable
Y.1.5	0,742	$\geq 0,6$		Reliable

Sumber: Hasil Olah Data Primer 2023

Berdasarkan tabel 2 dapat diperoleh bahwa semua Variabel (X dan Y) memiliki penelitian yang telah didukung oleh item pertanyaan yang valid memiliki nilai Cronbach's Alpha (α) $\geq 0,6$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat kepuasan Pelanggan (Y), variabel bebas Kualitas Pelayanan (X) dinyatakan sebagai variabel yang handal atau reliable, dan pengolahan data dapat segera dilanjutkan.

4.5. Uji One Sample Komogorov Smirnov

Berikut adalah hasil output One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Tabel 3
Hasil pengujian Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

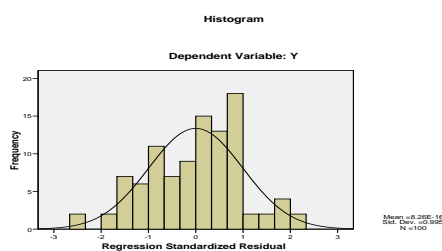
		Y	X1	X2	X3	X4	X5
N		100	100	100	100	100	100
	Mean	17,91	10,40	11,18	10,42	11,47	11,30
Normal Parameters(a,b)	Std. Deviation	2,606	1,682	1,672	1,718	1,708	1,432
Most Extreme Differences	Absolute	,102	,136	,168	,137	,142	,198
	Positive	,088	,114	,154	,137	,136	,172
	Negative	-,102	-,136	-,168	-,131	-,142	-,198
Kolmogorov-Smirnov Z		1,021	1,360	1,681	1,365	1,418	1,975
Asymp. Sig. (2-tailed)		,248	,049	,007	,048	,036	,001

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai Test Statistic One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test sebesar 0,248 diatas nilai msignifikan (o,05) sehingga dapat dikatakan variabel yang diteliti berdistribusi normal.

4.6. Histogram

Berikut ini adalah hasil output Histogram



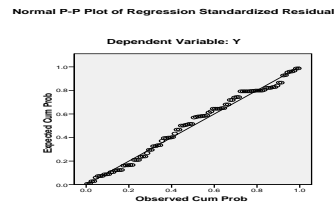
Gambar.2 Histogram

(Sumber : Data Penelitian 2023)

Berdasarkan pada gambar diatas terlihat bahwa varibel keputusan data normalitas terpenuhi dan berdasarkan normal hal tersebut terlihat pada kurva yang memiliki kemiringan sama antara dua sisi.

4.7. PP-Plot

Berikut adalah hasil output PP-Plot



Gambar.3 PP-Plot

(sumber Data Penelitian, 2020)

Berdasarkan gambar pengujian data diatas maka dapat dilihat bahwa penyebaran ata berada di sekitar dan mendekati garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dari grafik histogram residual sehingga dapat dikatakan data berdistribusi normal.

4.8. Uji Multikolinearitas

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengaruh

Tebel 4 Uji Multikolinearitas

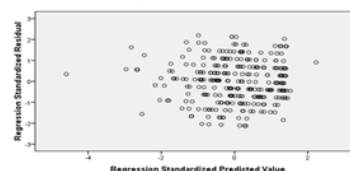
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X	,801	,801

(Sumber data Penelitian 2023)

Dasar pertimbangan uji multikolonieritas adalah jika tolerance < 0,1 maka diduga terdapat persoalan multikolonieritas dan sebaliknya tolerance > 0,1 tidak terdapat persoalan multikolonieritas. Berdasarkan tabel data output diatas diperoleh data nilai tolerance Kualitas pelayanan 0,801, maka maka tidak terdapat multikolonieritas sedangkan nilai VIF 0,801 sehingga dapat juga disimpulkan tidak terjadi masalah multikolonieritas.

4.9. Uji Hiteroskedasitas

Berikut adalah hasil output heteroskedastisitas



Gambar 4 Hail Heteroskedastisitas

(Sumber Data Penelitian 2023)

Berdasarkan table diatas maka dapat dilihat gambar scatterplot ditunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang spesifik dan titik memancar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y kesimpulan bahwa heterokedatisitas dalam model regresi tidak terjadi masalah.

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Sig.
	B	Std. Error	Beta	Lower Bound	Upper Bound	
(Constant)	2,115	1,203		1,757		,082
X	,288	,022	,801	13,239		,000

(Sumber: Data Penelitian 2023)

4.10. Uji Regresi Linier Berganda

Berikut adalah hasil output uji regresi linier berganda

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
		B	Std. Error	Beta	Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	2,115	1,203		1,757	
	X	,288	,022	,801	13,239	

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel output diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (b1) = 0,288 menunjukkan bahwa arah hubungan positif (searah) antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Jhal tersebut mengartikan semakin baik kualitas Pelayanan, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

4.11. Uji Koefisien Determinasi

Berikut adalah hasil output uji koefisien determinasi

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	R Square Change	F Change	df1	df2
1	,801(a)	,641	,638	1,568

a. Predictors: (Constant), X
b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi (R2) pada tabel diatas maka diperoleh nilai @ sebesar 0,801 atau 80,1 % hal ini menunjukan bahwa terdapat korelasi antara semua variabel yang diteliti Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayan nilai Koefisien determinasi adalah sebesar 0,641 atau sebesar 64,1 % variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan sedangkan standar error of estimate adalah sebesar 1.568 yang berarti tingkat kesalahan penafsiran dalam penelitian ini.

4.12. Uji Statistik

Berikut adalah hasil output uji statistik t

Tabel 7 Hasil Uji Statistik t Coefficients(a)

Deri Data table diatas output Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil dari regresi terlihat bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai t-hitung sebesar 13.239 dengan sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung > t tabel (1,98) maka H0 ditolak sehingga variable kualitas Pelayanan secara statistic dengan $\alpha = 0,05$ memiliki pengaruh yang secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai (sig 0,000 < 0,05).

4.13. Uji Statistik F

Berikut adalah hasil output uji statistic F

Tabel 8 Hasil Uji Statisti F ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	431,123	1	431,123	175,263	,000(a)
	Residual	241,067	98	2,460		
	Total	672,190	99			

a. Predictors: (Constant), X
b. Dependent Variable: Y

(Sumber: Data Penelitian 2023)

Berdasarkan hasil tabel diatas maka dapat diperoleh nilai F-hitung sebesar 175.263 sehingga F-tabel < F-hitung = 1,09 < 175,263. Serta nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan H0 ditolak dan Ha diterima artinya variabel independen Kualitas Pelayanan sangat signifikan mempengaruhi variabel dependen Kepuasan pelanggan.

4.14. Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan dari hasil uji yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa di Bengkel Dedi Motor di Bawan Kecamatan Ampek Nagari, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t (parsial) yaitu nilai t hitung sebesar t hitung > t tabel (1,98) dengan nilai (sig 0,000 < 0,05) maka H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan secara statistik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan sedangkan uji F (simultan yaitu F-tabel < thitung = 1,98 < 175,263 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan H0 ditolak dan Ha diterima artinya variabel independen (kualitas pelayanan sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan).

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwasanya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Dedi Motor di Bawan Kecamatan Ampek Nagari.

Daftar Rujukan

- [1] G. Angely *et al.*, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Pada PT. Astra International Tbk.-Daihatsu Malalayang,” *J. Adm. Bisnis*, vol. 8, no. 2, 2019.
- [2] S. Arikuto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013.
- [3] P. Kotler and G. Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 9th ed., vol. 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2012.
- [4] A. Prasetya, L. N., and P. Indiani, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Bali Semesta Agung Denpasar,” *J. name*.
- [5] S. Assauri, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- [6] A. A. Prasety, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Pada Bali Semesta Agung Denpasar,” *J. name*, 2021.
- [7] Lupioyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- [8] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education, Inc, 2016.
- [9] B. Swastha, Dharmesta, and Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2012.
- [10] I. Surti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Pada PT. Astra International Tbk. – Daihatsu Malalayang Bandung,” *J. name*, 2020.