

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN BENGKEL MOBIL RAMA SHINTA KABUPATEN PALI**

SKRIPSI



Nama : Angga Krisna

Nim : 212016009

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN BENGKEL MOBIL RAMA SHINTA KABUPATEN PALI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



SKRIPSI

Nama : Angga Krisna

Nim : 212016009

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Angga Krisna
Nim : 212016009
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mobil Rama Shinta

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di instansi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan normayang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 01 Februari 2021



Angga Krisna

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan
Pelanggan Bengkel Mobil Rama Shinta
Nama : Angga Krisna
Nim : 212016009
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

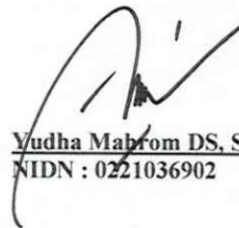
Diterima dan Disahkan
Pada tanggal, 01 Februari 2021

Pembimbing I



Hj. Maftuha Nurrahmi S.E., M.Si
NIDN : 0216057001

Pembimbing II



Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si
NIDN : 0221036902

Mengetahui, Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zuleta Trihandayani .S.E., M.Si
NIDN : 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu. Dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui sesuatu”.

(Al-Baqarah: 216)

PERSEMBAHAN :

Segala Puji Bagi Allah Wahai Tuhan Semesta Alam

Nabi Muhammad Rasulullah Shallallahu Alaihi Wassalam Yang Terkasih

Kupersembahkan Karya Sederhana ini Kepada :

Orang Tuaku Tercinta

Keluargaku Tersayang

Dosen-Dosenku Yang Luar Biasa

Sahabat-Sahabatku Yang Penuh Kekompakkan

PRAKATA



Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillah Rabbil'Alamin puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang selalu melindungi, mencurahkan rahmat, dan hidayahNya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mobil Rama Shinta”** dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan karena bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada Ayahanda dan Ibunda Tercinta serta Keluarga Besar yang Kusayangi. Kupersembahkan karya kecil ini, untuk cahaya hidupku yang senantiasa mendoakan setiap waktu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selain itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis juga menyampaikan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Abid Djazuli S.E.,M.M selaku rektor universitas muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani S.E.,M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd.,M.Si selaku Ketua Dan Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si dan Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku pembimbing I dan II.
5. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si selaku pembimbing akademik.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Kepada para responden yang telah bersedia menyediakan waktunya untuk ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

8. Sahabat-sahabatku yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu.

Semoga semua amal baik mereka dicatat sebagai amalan yang baik oleh Allah SWT. Penulis berharap semoga dari laporan penelitian ini memberikan manfaat bagi pembaca. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Palembang, 01 Februari 2021

Angga Krisna

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK INDONESIA	xi
ABSTRAK INGGRIS	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
B. Penelitian Sebelumnya	23
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian	28
B. Lokasi Penelitian	29
C. Operasionalisasi Variabel	29
D. Populasi dan Sampel	30
E. Data yang Diperlukan	32
F. Metode Pengumpulan Data	33
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
A. Simpulan	72
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Pelanggan	4
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel	29
Tabel IV.1 Uji Validitas	43
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	44
Tabel IV.3 Karakteristik Jenis Kelamin	45
Tabel IV.4 Katakarakteristik Pekerjaan	45
Tabel IV.5 Karakteristik Umur	46
Tabel IV.6 Karakteristik Lama/Tidaknya	46
Tabel IV.7 Karakteristik Servis/Tahun	47
Tabel IV.8 Kepuasan Pelanggan	48
Tabel IV.9 Tangibles	50
Tabel IV.10 Reliability	51
Tabel IV.11 Responsiveness	52
Tabel IV.12 Assurance	54
Tabel IV.13 Empathy	55
Tabel IV.14 Regresi Linier Berganda	57
Tabel IV.15 Uji F	59
Tabel IV.16 Uji t	60
Tabel IV.17 Koefisien Determinasi	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Output SPSS

Lampiran 4 Jadwal Penelitian

Lampiran 5 Tabel Isaac dan Michael

Lampiran 6 Tabel F

Lampiran 7 Tabel t

Lampiran 8 Biodata Penulis

ABSTRAK

Angga Krisna/ 212016009/ 2020/ Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mobil Rama Shinta

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Mobil Rama Shinta. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Data yang digunakan adalah data primer, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda, menunjukkan ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji hipotesis secara bersama-sama, menunjukkan nilai $F_{hitung} (90,609) > F_{tabel} (2,31)$, artinya ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan (tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy) terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji hipotesis secara parsial, menunjukkan nilai t_{hitung} tangibles 3,488, reliability 2,003, responsiveness 2,108, assurance 2,322 dan empathy 3,129 $> t_{tabel} 1,985$, artinya ada pengaruh tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji koefisien determinasi yang memperlihatkan kualitas pelayanan mampu berkontribusi menjelaskan perubahan yang terjadi terhadap naik turunnya kepuasan pelanggan bengkel mobil Rama Shinta Kabupaten Pali, dengan besarnya sumbangan yang disebabkan sebesar 81,9%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Angga Krisna / 212016009/ 2020/ The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction of Rama Shinta's Car Workshop

The formulation of the problem in this study is, how the influence of service quality on customer satisfaction Rama Shinta Car Workshop. The sample in this study amounted to 100 respondents. The data used are primary data, with data collection techniques using a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis show that there is a positive effect of service quality on customer satisfaction. The results of hypothesis testing collectively show the value of $F_{count} (90.609) > F_{table} (2.31)$, which means that there is a significant effect of service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy) on customer satisfaction. The results of the partial hypothesis test showed that the tangibles t_{count} was 3.488, reliability 2.003, responsiveness 2.108, assurance 2.322 and empathy 3.129 $> t_{table} 1.985$, which means that there is an effect of tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy partially on customer satisfaction. The coefficient of determination test results that show the quality of service is able to contribute to explaining the changes that occur in the ups and downs of customer satisfaction at the Rama Shinta car repair shop in Pali Regency, with the amount of contribution caused by 81.9%.

Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan otomotif di Indonesia pada tahun ke tahun mengalami kemajuan yang pesat salah satunya mobil. Perusahaan-perusahaan mobil didunia selalu memproduksi mobil yang banyak untuk dipasarkan. Respon positif dari konsumen Indonesia membeli mobil sebagai transportasi dalam berpergian atau aktivitas sehari-hari. Semakin banyaknya masyarakat Indonesia membeli mobil, menjadikan peluang-peluang usaha baru seperti penyediaan jasa perawatan mobil (bengkel mobil). Persaingan usaha bengkel mobil di kabupaten Pali semakin ketat, mereka bersaing untuk mendapatkan pelanggan demi kelancaran usaha bengkel mobil. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan inti dari usaha bengkel mobil, pelayanan yang prima membuat pelanggan merasa puas atas kinerja bengkel mobil.

Semakin dominannya kendaraan mobil yang digunakan oleh masyarakat membuat jasa service yang ditawarkan oleh perusahaan semakin banyak, hal ini akan membuat perusahaan mencari cara agar pelanggan tidak memilih perusahaan pesaing. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan pelanggan adalah meningkatkan atau memperbaiki kualitas pelayanan perusahaan agar kepuasan pelanggan terus meningkat. Setelah pelanggan merasa puas dengan jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan benar-benar

puas, mereka akan terus menggunakan jasa secara ulang bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa ditempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Fandy Tjiptono, 2011: 145).

Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman, dkk., yang dikutip Lupiyoadi (2011:182) kualitas pelayanan mencakup beberapa aspek yang meliputi: kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (*tangible*), kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya memuaskan (*reliability*), suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsiveness*), pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan (*assurance*), memberikan perhatian yang tulus atau bersifat pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen (*empathy*).

Kualitas pelayanan yang baik dalam perusahaan, akan menciptakan kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya konsumen akan membandingkan pelayanan yang

diberikan. Pelanggan akan membeli ulang serta memberilam rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ke tempat yang sama.

Menurut Kotler dan Keller, (2012: 177). Kepuasan (Satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka angga positif. Selain itu, Daryanto dan Setyobudi (2014: 43) mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Kejujuran merupakan suatu hal yang penting bagi usaha seperti penyedia jasa pelayanan yang diberikan kepada konsumen, ketika konsumen yang sedang melakukan perawatan mobil dalam pergantian onderdil mobil penyedia jasa harus menggantinya sesuai permintaan konsumen. Sementara memperluas pasar dengan mencari pelanggan baru, perusahaan tetap harus melindungi usahanya dari serangan pesaing-pesaing yang selalu ingin merebut pelangganya,

Bengkel Mobil Rama Shinta salah satu bengkel yang menyediakan beberapa jasa servis seperti perawatan mobil, spare parts, ganti oli dan pet gemuk, kaca film, tambal ban tubless, AC mobil, las karbit dan listrik serta asesoris dan variasi. Dengan harga yang terjangkau. Bengkel Mobil rama shinta yang berada di Jalan letnan sumanto talang ubi tempat yang strategi memudahkan pelanggan untuk melakukan perawatan mobil. data pelanggan yang melakukan service pada Bulan Januari sampai dengan Bulan Maret 2019.

Tabel 1.1

Jumlah pelanggan service mobil pada bengkel Rama Shinta

Bulan Januari – Maret 2020

Bulan	Jumlah Pelanggan
Januari	110
Februari	98
Maret	92

Sumber: Rama Shinta 2020

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan yang menggunakan jasa service di Bengkel Rama shinta selama tiga bulan terakhir mengalami fluktuasi. Pada bulan januari, jumlah pelanggan yang melakukan service sebanyak 110 pelanggan, namun pada bulan berikutnya mengalami penurunan yaitu hanya 98 pelanggan yang menggunakan jasa service di bengkel ini. Sedangkan pada bulan maret hanya 92 pelanggan dimana di bulan ini jumlah pelanggan yang paling rendah melakukan service.

Berdasarkan fluktuasi yang terjadi menunjukkan bahwa perkembangan jumlah pelanggan yang melakukan service di Bengkel rama shinta selama tiga bulan terakhir mengalami naik turun yang tidak stabil. Berdasarkan data tersebut Bulan Maret 2020 merupakan bulan terbaru justru memiliki jumlah pelanggan yang rendah dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya. Ketidakstabilan perkembangan jumlah pelanggan membuktikan adanya pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan pada bengkel tersebut. Jika tidak segera ditangani hal ini dapat merugikan prestasi dan reputasi bengkel yang akibatnya pelanggan akan berpaling atau mencari bengkel yang menawarkan kualitas pelayanan yang lebih memuaskan.

Kondisi persaingan yang sangat kompetitif ini perusahaan jasa seperti bengkel mobil Rama Shinta seharusnya mulai menyadari betapa sentralnya peran pelanggan dalam bisnis mereka, bahwa pelangganlah yang jadi alasan keberadaan mereka. Oleh karena itu, banyak perusahaan mempertahankan pasar mereka melalui program pengembangan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Perusahaan jasa seperti bengkel Rama Shinta seharusnya memiliki rancangan strategi yang tepat dalam mencapai tujuan.

Fandy Tjiptono (2011: 174-175) mengemukakan bahwa dalam mengevaluasi jasa yang bersifat intangible ,pelanggan umumnya menggunakan atribut :

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Berupa: lahan parkir, tempat tunggu, seragam

mekanik, peralatan dll yang bisa dinikmati konsumen ketika mereparasikan mobilnya.

2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat, cepat dan memuaskan. Keluhan konsumen akan kerusakan mobilnya diselesaikan dengan baik, cepat sesuai waktu yang dijanjikan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staff dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap. adalah kemudahan untuk mengakses, tidak lama menunggu dan responsive terhadap permintaan customer. Ketika customer memasuki bengkel disambut oleh personal yang langsung menyapa dan menayakan keluhan.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*emphaty*), disini staff bengkel dituntut untuk mempunyai komunikasi dan perhatian yang baik terhadap customer dan memahami kebutuhan pelanggannya. Pihak bengkel selalu mengingat nama pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel Rama shinta”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap kepuasan pelanggan bengkel Rama Shinta?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap kepuasan pelanggan bengkel Rama shinta.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian bermanfaat menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari perkuliahan yang telah diterima dan di praktekkan kedalam penelitian yang sebenarnya.

2. Bagi Pelanggan

Sebagai bahan pertimbangan bagi pelanggan dalam memilih jasa yang dilihat dari segi kinerja sehingga dapat sesuai dengan dengan apa yang diharapkan.

3. Bagi almamater

Penelitian dapat bermanfaat untuk menjadikan referensi bagi peneliti yang akan meneliti tentang kualitas pelayanan bengkel mobil Rama Shinta tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Sanusi (2014). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Danang Sunyoto (2016).Metodelogi Penelitian Akuntansi. Bandung: Refika Aditama.
- Daryanto dan Setyobudi Ismanto. 2014. Konsumen dan pelayanan prima. Malang: Gava media
- Endang Sp Sudjito dan Heri Permadi. 2016. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa bengkel pada Q-NOY variasi di Bandar lampung. Vol 7 no 1. 66-82.
- Erdha Ervinna Putri Ningrum. 2017 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melakukan Service Pada Bengkel Sepeda Motor Ahass Tanjung Tani Prambon Nganjuk. Simki economic. Vol 1 no 10.
- Fandy tjiptono. 2011. Pemasaran jasa. Malang:Bayumedia
- Fandy tjiptono. 2012. Pemasaran jasa. Malang bayumedia
- Fandy tjiptono. 2014. Pemasaran jasa. Malang bayumedia
- Fandy Tjiptono dan Gergous Chandra. 2011. Service, quality dan satisfaction. Yogyakarta : andi
- Feri kusuma wardini. 2014. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan bengkel motor pak darus di kabupaten purworwjo. Vol 3 no 4.
- Hudin Ris Nur Amin, Edy Yulianto,Yusri Abdillah.2014. pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan (survey pada pelanggan bengkel AHASS 0347 Batu). Jurnal administrasi bisnis. Vol 17 no 1.
- Kotler dan Keller 2012 manajemen pemasaran edisi ketigabelas. Dialih bahasakan oleh bob sabran. Jakarta: Erlangga
- Lingga Bayu Permadi, Narto, Indung Sudarso. 2017 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel X Dengan Pendekatan Service Quality.fakultas teknik universitas wahid hasyim semarang. ISBN 978-602-99334-7-5.
- Lupiyoadi, rambat, dan A. Hamdani. 2011.manajemen pemasaran jasa edisi 2. Jakarta : salemba empat
- Ratnasari dan Mastuti H. aksa. 2011. Teori dan kasus manajemen pemasaran jasa. Bogor: ghalia Indonesia

- Sangadji, Etta mamang dan Sopiah. 2013. Perilaku konsumen. Yogyakarta: andi
- Sugiyono (2017). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- V. Wiratna Sujarweni (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress.