

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Service PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang

Kartika Eka Paksi Dai
Johnny. A. F. Kalangi
Joula J. Rogahang

Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi Manado
Email: kartikaika1605@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction. Service Services at PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang with 50 respondents studied. The analytical method used in this research approach is quantitative with a simple linear regression analysis method. To test the quality of the data in this study is to use the validity test, reliability test, normality test, simple linear regression analysis, correlation analysis (partial), coefficient of determination (R^2), and t test. from the results of the validity test of the two variables of service quality and customer satisfaction from each of the regulations, all of them are valid. The results of the reliability test from the data obtained by all statement items are declared reliable. From the results of a simple linear equation, it can be seen that the regression coefficient value of the service quality variable is positive. Through correlation analysis, the results obtained with a strong level between service quality and customer satisfaction. The results of hypothesis testing based on the significance value of the coefficient table obtained are significant so that it can be concluded that the results of this study indicate that service quality has a significant effect on customer satisfaction. And through the coefficient of determination there is a 39.0% Service Quality Effect while the remaining 61.0% is explained by other factors not examined.*

Keywords: *Service Quality, Consumer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Jasa Service pada PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang dengan responden yang diteliti sebanyak 50 responden. Metode analisis yang digunakan dalam pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode analisis regresi linear sederhana. Untuk pengujian kualitas data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, analisis korelasi (parsial), koefisien determinasi (R^2), dan uji t. dari hasil uji validitas kedua variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dari masing-masing pernyataannya semuanya valid. Hasil uji reliabilitas dari data yang di peroleh semua item pernyataan dinyatakan reliabel. Dari hasil persamaan linear sederhana dapat diketahui bahwa Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif. Melalui analisis korelasi didapatkan hasil dengan tingkatan kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Hasil uji hipotesis berdasarkan nilai signifikansi dari tabel koefisien diperoleh signifikan sehingga dapat disimpulkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan melalui koefisien determinasi terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan 39,0% sedangkan sisanya 61,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

Pendahuluan

Dalam era globlisasi saat ini, banyak perusahaan jasa yang berkembang pesat di dalam negeri maupun internasional. Persaingan untuk menjadi yang terbaik pun merupakan hal yang mutlak yang harus di capai agar sebuah perusahaan dapat bertahan. Sehingga dalam upaya perusahaan memenagkan persaingan kunci utama dalam pasar global adalah kualitas produk, kualitas harga, kualitas pelayanan, kualitas penyerahan tepat

waktu, kualitas moral dan kualitas – kualitas lainnya yang terus dikembangkan oleh perusahaan itu sendiri yang gunanya untuk memberikan kepuasan terus-menerus kepada pelanggannya.

Dewasa ini perusahaan otomotif di Indonesia sangatlah antusias sekali dalam memberikan keunggulan yang terbaik bagi produk mereka. Dapat terlihat dari banyaknya alat transportasi yang masyarakat gunakan untuk menjalankan aktifitas sehari-harinya dan salah satu alat transportasi yang

paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini adalah kendaraan roda empat (mobil). Menyebabkan perusahaan otomotif yang bergerak di bidang perawatan kendaraan harus memiliki strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta berlomba – lomba dalam melakukan inovasi – inovasi agar pelayanan terhadap pelanggan dapat berjalan secara maksimal, mulai dari ketepatan waktu, daya tanggap, kompetensi para karyawan saat melayani konsumen, hingga akses yang mudah agar para konsumen dapat merasakan kepuasan.

Tujuan dari industri jasa yaitu memberikan pelayanan yang baik dan maksimal sesuai dengan harapan konsumen guna membangun kepuasan konsumen, sehingga penyedia jasa memiliki hubungan yang baik dengan konsumen. Bila kualitas pelayanan yang dihasilkan baik maka konsumen akan merasa puas atas pelayanan yang telah diterimanya, dan konsumen tersebut akan kembali lagi untuk menikmati jasa yang diberikan sehingga menimbulkan hal yang positif bagi keberhasilan perusahaan. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat di industri otomotif apa lagi sekarang ini telah banyak perusahaan otomotif yang bersaing dengan menyediakan layanan – layanan yang berkualitas kepada konsumennya agar konsumen tidak mudah berpindah pada penyedia jasa lainnya. Sebagai contoh dealer Wuling Motors menyediakan pelayanan meliputi garansi, 3S (sales, service, spare part), suku cadang berkualitas karena wuling didukung oleh perusahaan komponen otomotif ternama seperti (YFKSS, Nexteer, Asahimas Flat Glass), PDC (Parts Distribution Center) yang terintegrasi dengan fasilitas pabrik wuling di Cikarang dengan menyediakan suku cadang dengan stok yang mencukupi, mekanik wuling yang profesional, pusat pelatihan wuling dan wuling mobile service yang melayani perawatan berkala sesuai dengan buku servis, layanan darurat, perbaikan umum ringan serta bebas biaya kunjungan.

Lovelock, Wirtz and Mussry (2010:60) menyatakan bahwa “para konsumen akan terpuaskan selama penyelenggaraan yang dirasakan berada di antara zona toleransi, yaitu di atas tingkat layanan yang memadai”. Para konsumen akan senang ketika kinerja layanan mendekati atau melebihi tingkat pelayanan yang diinginkan, kemungkinan pelanggan memakai ulang jasa perusahaan, tetapi ketika kualitas pelayanannya buruk maka akan mudah bagi pelanggan untuk berpindah ke penyedia jasa lainnya.

PT. Kumala Cemerlang Abadi Wuling Motors pada penelitian kali merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang otomotif yang bertempat di Jl. Wolter Monginsidi, Komp RSUP Prof Dr. R. Kandou Lingkungan 1, Malalayang Manado. Yang menyediakan pelayanan otomotif

meliputi garansi, 3S (sales, service, spare part), PDC (Parts Distribution Center), dan wuling mobile service. Wuling Motors memberikan pelayanan terbaik untuk konsumennya sejak mereka membeli mobil wuling. Hal ini mulai dari jaringan bengkel yang luas, biaya perawatan yang terjangkau hingga suku cadang berkualitas tinggi dan layanan purna jual, ini menjadi prioritas utama bagi wuling untuk menciptakan kenyamanan konsumen sesuai dengan filosofi perusahaan “Drive For Better Life”.

Masalah utama sebagai sebuah perusahaan penyedia jasa pelayanan yang banyak pesaingnya adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai dengan harapan konsumen atau belum. Sesuai dengan standar perusahaan yang mana harus memberikan pelayanan yang sesuai harapan konsumen, tetapi karyawan pada PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang masing kurang tanggap dalam menangani keluhan konsumen dengan cepat seperti kurangnya komunikasi antara bagian Customer Care Officer (CCO) dengan Foreman yang dimana karena kurangnya komunikasi tersebut maka terjadinya penumpukan mobil service sehingga terjadinya keterlambatan yang tidak sesuai dengan waktu yang disampaikan kepada konsumen.

Tinjauan Pustaka **Kualitas Pelayanan**

Lewis dan Booms dalam Fandy Tjiptono (2011:180) kualitas pelayanan diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Menurut Kotler (2012), kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik atas suatu produk barang dan jasa yang mempengaruhi atas kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan klien yang dinyatakan atau tidak dinyatakan.

Menurut Sunyonto (2012), “kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen”.

Kepuasan Konsumen

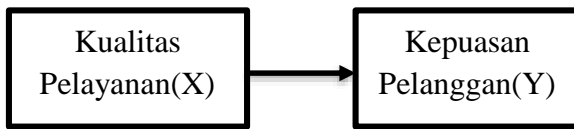
Menurut Kotler (2014:177) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang

diharapkan. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, konsumen tersebut akan merasa sangat puas. Dan sebaliknya jika kinerja dari perusahaan dirasakan dibawah harapan, maka konsumen tersebut akan merasa dikecewakan.

Sedangkan menurut Tjiptono (2017) kepuasan konsumen adalah evaluasi purna beli, dimana persepsi terhadap kinerja alternative produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014), menyatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting (sugiyono,2009). Berikut ini gambaran pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan:



Hipotesis Penelitian

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa service pada PT. Kumala Cemerlang Abadi Wuling Motors Malalayang.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini merupakan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang dan telah dilaksanakan pada bulan agustus 2021 sejak surat izin penelitian dikeluarkan. Menurut Sugiyono (2011:61) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik. Populasi dari penelitian kali ini yaitu tidak terhingga dan untuk populasinya adalah konsumen dari PT. Kumala Cemerlang Abadi Wuling Motors Malalayang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan keistimewaan yang dimiliki pada populasi (Sugiyono, 2013:149). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden dikarenakan penelitian ini tidak terhingga. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini adalah accidental sampling atau sampling kebetulan adalah prosedur yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling

muda dijumpai atau diakses (Santoso & Tjiptono). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui kuesioner, observasi dan dokumentasi.

Definisi operasional dan indikator variabel adalah: (1) Variabel (X) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen dengan indikator seperti: Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti fisik (*Tangible*); (2) Kepuasan Konsumen (Y) perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan dengan indikator seperti: Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali, Ketersediaan Merekomendasi. Sedangkan pengukuran variabel menggunakan metode skala likert dengan score 5,4,3,2,1.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Berdasarkan hasil semua item pernyataan variabel kualitas pelayanan (X) diperoleh $r_{Hitung} 0,3217 \geq 0,361$ r_{Tabel} dan Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh $1,3217 \geq 0,361$ r_{Tabel} yang telah diolah menggunakan SPSS for Windows versi 23 yang di mana masing-masing dari pernyataan semuanya valid, karena r hitung lebih besar dari r tabel.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Koefisien Reliabilitas (*Alpha Cronbach*), Nilai Koefisien *Cronbach Alpha* dikatakan baik bila koefisien bernilai antara 0,6 sampai 1,0 (Hendrardi, 2013). Berikut ini hasil pengolahan data yang diperoleh melalui bantuan SPSS:

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan(X)	0,897	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,848	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Dari hasil uji realibilitas dapat disimpulkan bahwa dari masing-masing variabel ternyata memperoleh nilai *Cronbach alpha* $\geq 0,6$. Maka, hasil uji realibilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

Uji Normalitas

Variabel	Kolmogrov-Smirnov	Nilai p	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,100	0,200	Normal
Kepuasan Konsumen (Y)	0,103	0,182	Normal

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Dari uji Kolmogorov-Smirnov didapat untuk Kualitas Pelayanan nilai $p = 0,200$, nilai $p > 0,05$ menunjukkan bahwa data tersebar normal. Untuk Kepuasan Konsumen nilai $p = 0,182$, nilai $p > 0,05$ menunjukkan bahwa data tersebar normal.

Analisis Korelasi Sederhana

Variabel	Kepuasan Konsumen	
	r	p
Kualitas Pelayanan (X)	0,625	0,000

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Nilai r menunjukkan kuatnya hubungan variabel Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. Nilai $r = 0,625$ berarti terdapat korelasi yang positif dan kuat antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Berikut ini adalah hasil perhitungan regresi linear sederhana antara kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) dengan dibantu SPSS dalam perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Variabel	Nilai B	Nilai t	Sig.
Constant	6,991	2,091	0,042
Kualitas Pelayanan (X)	0,440	5,542	0,000

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Dari persamaan linear berganda tersebut dapat diketahui bahwa nilai Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,440 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap Kualitas Pelayanan semakin baik maka Kepuasan konsumen akan meningkat. Persamaan Regresi menjadi $6,991 + 0,440 X$

Dengan melihat hasil diatas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien constant 6,991 dan nilai coefficients B adalah 0,440 bernilai positif.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 ^a	.390	.377	2.198

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa r^2 sebesar 0,390 berarti bahwa variasi yang terjadi sebesar 0,390 dalam kepuasan konsumen dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan. Pengaruh Kualitas Pelayanan 39,0% sedangkan sisanya 61,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti misalnya kualitas produk, citra perusahaan (merek), harga, strategi pemasaran seperti promosi dan iklan, kinerja atau prestasi karyawan, dan lain sebagainya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji t (Parsial)

Model		Unstand Coeff		Stand Coeff	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Const)	6.991	3.344		2.091	.042
	KP	.440	.079	.625	5.542	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Hasil uji t untuk Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) menunjukkan nilai sig 0,000 dan t hitung menunjukkan nilai 5,542 artinya nilai signifikansi lebih kecil dari probabilitas 0,05 ($0,000 < 0,05$) atau nilai t hitung $> t$ tabel ($5,542 < 2,000$), maka dapat dijelaskan bahwa Kualitas Pelayanan secara individual atau parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan pada PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji t diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang dengan tingkat signifikan (Sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (Sig. $0,000 < 0,05$). Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan tersebut dan begitu sebaliknya.

Secara umum adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa service pada PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang dikarenakan kedudukannya sangat vital untuk menjamin kepuasan konsumen. Bagi konsumen mereka akan merasa puas apabila kinerja pelayanan yang diperoleh baik, sebaliknya ketidakpuasan akan muncul apabila kinerja pelayanan yang diperoleh tidak sesuai. Kepuasan konsumen merupakan dambaan setiap pelaku tempat penyedia jasa pelayanan.

Kualitas Pelayanan adalah pelayanan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa pelayanan sesuai tingkat kepuasan rata-rata penduduk. Semakin baik kualitas suatu pelayanan maka semakin puas perasaan yang akan ditimbulkan oleh konsumen terhadap pelayanan yang diterima oleh konsumen tersebut dan tingkat kepuasan konsumen erat kaitannya dengan mutu pelayanan yang diberikan. Pemberian kualitas pelayanan membutuhkan interaksi yang baik antara petugas atau pemberi pelayanan dengan konsumen. Apabila pemberi layanan memberikan pelayanan dengan cara dan hasil yang baik, maka itu akan menimbulkan kesan yang baik pula.

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya Soromi dkk (2019) yang sejalan dan memiliki kesamaan dengan hasil penelitian ini dimana penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan transportasi online grabbike

pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi.

Dan memiliki kesamaan juga dengan penelitian yang dilakukan Rumansara dkk (2015) yang menyatakan bahwa setiap nilai dan angka terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT. Daya Adicipta Wisesa Maumbi Manado.

Terdapat kesamaan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Sunarsi (2020) mendapatkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan korelasi sebesar 0,679 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 46,1%.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya dan Penelitian yang dilakukan pada PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar telah merasa puas, konsumen akan menggunakan kembali jasa perusahaan dan konsumen akan bercerita kepada banyak orang bahwa perusahaan tersebut bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa service di tempat yang sama. Maka dari itu, perusahaan dari sekarang harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada konsumen melalui kualitas pelayanan. Karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek penting dalam bertahan di dunia bisnis dan memenangkan persaingan.

Simpulan

Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan yaitu berdasarkan hasil analisis dan pembahasannya maka dapat dikemukakan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa service pada PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang.

Daftar Pustaka

- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Kotler Philip dkk, 2012, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong G. 2014. *Principles of Marketing*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lovelock C., Wirtz., and Mussry, J. 2010. *Pemasaran jasa – Perspektif Indonesia*. Alih Bahasa: Wulandari D., dan Putera D. B. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Rumansara, J. A., Montolalu, J., dan Sumampouw, H. J. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Pada PT Daya Adicipta Wisesa Maumbi Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 3 (011) : 8
- Sugiyono. 2009. *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2013. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*”. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Sunarsi, D. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *E-MABIS: Jurnal EKonomi Manajemen dan Bisnis* 21 (1): 11.
- Soromi, R. K., Pelleng, F. A. O., dan Kalangi, J. A. F. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online GrabBike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 9 (1) : 25 – 26.
- Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*, Banyumedia, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy., & Anastasia Diana. (2017). *Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi Offset