

## Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Pelita Motor

Alfin Bimbing  
Lucky F. Tamengkel  
Danny D.S.Mukuan

Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi

Email: [alfinbimbing074@gmail.com](mailto:alfinbimbing074@gmail.com), [luckytamengkel@unsrat.ac.id](mailto:luckytamengkel@unsrat.ac.id), [dsmukuan@unsrat.ac.id](mailto:dsmukuan@unsrat.ac.id)

Diajukan : 05/02/2023  
Direvisi : 11/03/2024  
Diterima : 06/04/2024

### Abstract

*This study aims to determine whether service quality affects customer satisfaction at Pelita Motor Workshop. This research is a quantitative research with simple linear regression analysis technique. The sample in this study amounted to 60 respondents. Statistical tests used in this study were validity tests, reliability tests, normality tests, simple correlation coefficient tests, partial tests, and determination tests. proved to be correct and acceptable. Through the determination test, it was found that service quality had an effect of 63,5% on customer satisfaction at Pelita Motor Workshop.*

**Keywords:** *Service Quality, Customer Satsosfaction*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Pelita Motor. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 responden. Uji-uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji koefisien korelasi sederhana, uji parsial, dan uji determinasi, melalui uji parsial didapatkan hasil bahwa hipotesisi “Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Pelita Motor” terbukti benar dan dapat diterima. Melalui uji determinasi didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 63,5 terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Pelita Motor.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

### Pendahuluan

Layanan sarana transportasi bagi masyarakat telah menjadi suatu kebutuhan yang utama. Kebutuhan yang dimaksud adalah bagaimana sebuah alat transportasi dapat membantu setiap aktivitas yang dilakukan masyarakat. Semakin banyaknya usaha akan menimbulkan persaingan yang dapat memacu kreativitas dan inovasi bagi para pengusaha agar lebih bisa meningkatkan kualitas produk yang dikelolanya. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran

agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001).

Kualitas pelayanan yang baik adalah upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen harus memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang baik pada saat ini dapat terus berkembang demi kelancaran dimasa yang akan datang.

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain.

Bengkel merupakan suatu usaha jenis wirausaha kecil dan menengah yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan perbaikan baik itu sepeda motor atau mobil, lebih dari itu bengkel juga melakukan usaha penjualan spare part guna melengkapi kebutuhan penggantian spare part kendaraan yang rusak. Salah satu jenis bengkel yang bergerak dalam bidang jasa servis sepeda motor adalah bengkel Pelita Motor.

Bengkel Pelita Motor merupakan perusahaan yang menjual perlengkapan atau asesoris serta menjadi tempat servis motor. Bengkel Pelita Motor beralamat di Desa Maen, Jaga 3. Kecamatan Likupang Timur, Jln. Maen. Winuri, Sulawesi Utara. Banyak perusahaan atau badan usaha yang menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan untuk membuat Konsumen atau Pelanggan Puas, bengkel Pelita Jaya adalah bengkel motor yang menawarkan jasa *service* sekaligus menjual *spare part* motor. Transaksi dan data yang semakin banyak menyebabkan pendataan *spare part* yang dinilai kurang efisien.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Pelita Motor, Likupang, Sulawesi Utara. Berdasarkan pokok permasalahan dan uraian diatas penulis tertarik mengambil penelitian yang berjudul **“Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Pelita Motor”**

### **Kajian Teori**

#### **Teori Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen dan dapat juga diartikan sebagai alat ukur untuk melihat tingkat kepuasan tamu atau konsumen (Ardhana, 2010:31). Tingkat kepuasan konsumen sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan juga bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Wijaya, 2011:152).

Tjiptono (2011: 28-51) mengemukakan bahwa jasa memiliki empat karakteristik utama yaitu:

#### 1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa adalah tidak nyata, tidak sama dengan produk fisik (barang). Jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, dibaui, atau didengar sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli jasa akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa, yakni dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, simbol, dan harga yang mereka lihat. Karena itu, tugas penyedia jasa adalah mengelola bukti itu mewujudkan yang tidak berwujud.

#### 2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan, untuk selanjutnya apabila dikehendaki oleh seorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

#### 3. Bervariasi (*Variability*)

Jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut disediakan.

#### 4. Mudah lenyap (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah bila permintaan selalu ada dan pasti, karena menghasilkan jasa di muka adalah mudah. Bila permintaan berubah-ubah naik dan turun, maka masalah yang sulit akan segera muncul.

### **Teori Kepuasan Pelanggan**

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh (Fandy Tjiptono (2011: 312) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Menurut (Kotler dan Keller, 2009: 138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah 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.

Menurut Fornell yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2011: 321 – 323) bahwa pada setiap perusahaan menerapkan strategi bisnis kombinasi antara lain strategi ofensif dan strategi defensif. Strategi – strategi tersebut diperjelas sebagai berikut :

1. Strategi Ofensif

Ditujukan untuk meraih atau mendapatkan pelanggan baru. Dengan strategi ini, perusahaan berharap dapat meningkatkan pangsa pasar, penjualan dan jumlah pelanggannya. Hingga saat ini perhatian perusahaan lebih banyak dicurahkan pada strategi ofensif. Apabila perusahaan hanya berfokus pada strategi ofensif dan mengabaikan strategi defensif, risiko terbesarnya adalah kelangsungan hidupnya dapat terancam setiap saat. Strategi Ofensif (Pelanggan Baru) Menambah Pasar Merebut Pangsa Pasar Membangun Rintangan Beralih Pangsa Pasar Strategi Bisnis Strategi Defensif (Pelanggan Saat Ini) Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

2. Strategi Defensif

Meliputi usaha mengurangi kemungkinan *customer exit* dan beralihnya pelanggan ke pemasar lain. Tujuan strategi ini adalah untuk meminimalisasi *customer turnover* atau memaksimalkan *customer retention* dengan melindungi produk dan pasarnya dari serangan para pesaing. Cara untuk mencapai tujuan ini adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan saat ini.

**Metodologi Penelitian**

Dalam penelitian ini, digunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Sampel berjumlah 60 responden.

1. Uji Instrumen

Uji instrument dalam penelitian ini terdiri dari 2 yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali,2006).

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel.Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,2006).

2. Uji Normalitas

Cara untuk mendeteksi normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dengan dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika ada (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika ada (titik) menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
3. Uji Koefisien Korelasi Sederhana

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua

variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi (Sugiyono, 2018:).

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2017:260) analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara suatu variabel independen dengan suatu variabel dependen. Regresi linier sederhana adalah suatu metode statistik yang berupaya memodelkan hubungan antara dua peubah acak dimana satu peubah acak memengaruhi peubah acak yang lainnya (Soleh, 2005).

5. Uji Parsial (Uji t)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variable independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan adalah: Ghozali ,(2006).

6. Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Analisis koefisien determinasi menurut Ghozali (2018:97) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Interpretasi dari analisis koefisien determinasi menurut Ghozali (2018:97) adalah sebagai berikut: “Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1 (satu).

Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Hasil Penelitian**

**Hasil Uji Validitas**

Kuisisioner dalam penelitian ini dikatakan valid jika  $R_{hitung} > R_{tabel}$  pada nilai signifikansi 0,05. Sebaliknya, item dikatakan tidak valid jika nilai  $R_{hitung} < R_{tabel}$  pada nilai signifikansi 0,05.

$$R_{tabel} = n-2 = 60 -2 = 58 = 0,2542$$

| Rhitung   | Rtabel | Ket   |
|-----------|--------|-------|
| X.1 0,677 | 0,2542 | Valid |
| X.2 0,753 | 0,2542 | Valid |
| X.3 0,595 | 0,2542 | Valid |
| X.4 0,373 | 0,2542 | Valid |
| X.5 0,582 | 0,2542 | Valid |
| Y.1 0,603 | 0,2542 | Valid |
| Y.2 0,589 | 0,2542 | Valid |
| Y.3 0,451 | 0,2542 | Valid |
| Y.4 0,377 | 0,2542 | Valid |
| Y.5 0,505 | 0,2542 | Valid |

Sumber: Olah Data Menggunakan SPSS Versi 26, 2023

Didapatkan hasil bahwa semua item kuisioner variabel kualitas pelayanan (X) yang berjumlah 5 item kuisioner dan semua item kuisioner kepuasan pelanggan (Y) yang berjumlah 5 item kuisioner dinyatakan valid dan kuisioner-kuisioner tersebut dapat diolah pada uji statistik selanjutnya.

### Uji Reliabilitas

Kuisioner dalam penelitian ini dikatakan reliabel jika  $\alpha > 0,6$  pada nilai signifikansi 0,05. Sebaliknya, item dikatakan tidak reliabel jika nilai  $\alpha < 0,6$  pada nilai signifikansi 0,05.

| Alpha    | Nilai 0,60 | Ket      |
|----------|------------|----------|
| X1 0,765 | 0,60       | Reliabel |
| Y 0,856  | 0,60       | Reliabel |

Sumber: Olah Data Menggunakan SPSS Versi 26, 2023

Cronbach's Alpha yang menjadi acuan umum dari Alpha nilainya lebih besar dari 0,60 sehingga seluruh kuisioner dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

### Koefisien Korelasi Sederhana

Nilai *pearson correlation* adalah 0,775 sehingga dapat dinyatakan bahwa hubungan atau korelasi antara variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y) dan variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X) berada di derajat tingkat yang kuat.

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Didapatkan hasil yang diinterpretasikan sebagai berikut ini:

$$Y = 16,565 + 12,257 = e$$

maka hasil yang didapatkan dapat dijabarkan sebagai berikut ini:

1. Konstanta sebesar 16,565, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel kualitas pelayanan (nilai X adalah 0) maka kepuasan pelanggan ada sebesar 16,565
2. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X) sebesar 12,257, artinya jika variabel kualitas pelayanan (X) meningkat sebesar 1% dengan asumsi konstanta (a) adalah 0, maka kepuasan pelanggan (Y) meningkat sebesar 12,257.
3. Hasil menunjukkan bahwa variabel harga nilainya adalah positif sehingga dapat dikatakan bahwa harga memiliki arah pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.

### Uji Parsial (Uji t)

Uji ini menjawab apakah hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti sebelumnya terbukti benar atau salah. Hipotesis terbukti benar jika nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dan hipotesis terbukti salah jika nilai  $T_{hitung} < T_{tabel}$ .

$$T_{tabel} = t(a/2; n-k-1)$$

$$= t(0,05/2; 60-2-1)$$

$$= 0,025;57$$

$$= 2,00247$$

Hasil yang didapatkan dapat dijabarkan sebagai berikut ini; Nilai  $T_{hitung}$  variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 5,176, artinya nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $5,176 > 2,00247$  sehingga  $H_1$  "Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Pelita Motor Likupang." terbukti benar dan dapat diterima dalam penelitian ini.

### Hasil Uji Determinasi

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | ,575 <sup>a</sup> | 0,635    | 0,040             | 0,532                      |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan

Sumber: Olah Data Menggunakan SPSS Versi 26, 20223

Berdasarkan tabel di atas, nilai *R Square* sebesar 0,635, artinya bahwa persentasi pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Pelita Motor Likupang yaitu sebesar 63,5% dan sisanya yaitu 36,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan

Penelitian ini adalah sebuah penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Pelita Motor Likupang.

Menurut Elhaitammy dalam Tjiptono dan Chandra (2005) Pelayanan yang unggul adalah suatu sikap cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuaskan. Secara garis besar ada empat unsur dalam konsep ini, yaitu; Kecepatan, Ketepatan, Keramahan, Kenyamanan. Danang Sunyoto (2015:140) "kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut."

Penelitian ini memiliki sampel yang berjumlah 60 responden. Uji-uji statistik dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalita, analisis koefisien korelasi sederhana, uji parsial, dan uji determinasi.

Pada uji validitas, peneliti mendapatkan hasil bahwa seluruh kuisioner yang berjumlah 10 item

pernyataan terbukti valid. Setiap 1 pernyataan mewakili 1 indikator yang ada pada variabel kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Dengan pernyataan kuisioner yang valid maka kuisioner tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini.

Pada uji reliabilitas, peneliti mendapatkan hasil bahwa seluruh kuisioner yang berjumlah 10 item pernyataan terbukti reliabel. Setiap 1 pernyataan mewakili 1 indikator yang ada pada variabel kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Dengan pernyataan kuisioner yang reliabel maka kuisioner tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini.

Pada uji normalitas titik-titik plot terlihat tersebar mengikuti garis horizontal yang ada sehingga seluruh data dalam penyelidikan ini dinyatakan telah berdistribusi secara normal dan data-data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dapat digunakan pada uji-uji selanjutnya.

Melalui analisis koefisien korelasi sederhana peneliti mendapatkan hasil bahwa hubungan antara variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y) dan variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X) dalam penelitian ini berada di tingkat yang kuat.

Pada analisis regresi linier sederhana data yang didapatkan peneliti memiliki nilai yang positif sehingga data tersebut menyajikan hasil bahwa arah pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Pelita Motor Lkupang adalah positif dan bukan negatif.

Pada uji parsial dalam penelitian ini digunakan oleh peneliti untuk melihat apakah hipotesis yang telah dikemukakan oleh peneliti terbukti benar dan dapat diterima atau tidak. Melalui uji parsial, peneliti mendapatkan hasil bahwa nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sehingga nilai tersebut menyajikan hasil yang menunjukkan  $H_1$  "Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Pelita Motor Lkupang" terbukti benar dan dapat diterima.

Terakhir pengujian dilakukan dengan uji determinasi dimana pada uji ini peneliti mendapatkan hasil bahwa nilai  $R^2$  adalah 0,635 sehingga dikatakan bahwa pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Pelita Motor Lkupang adalah sebesar 63,5% dan sisanya yaitu sebesar 36,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini.

### Kesimpulan

Setelah melakukan berbagai uji statistik dan melihat hasil yang didapatkan serta pembahasan yang dipaparkan, maka peneliti kemudian menarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan memiliki

pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Pelita Motor Lkupang. Pengaruh yang diberikan adalah cukup besar yaitu 63,5%.

Indikator-indikator yang terdapat pada variabel kualitas pelayanan yaitu berwujud, empati, kehandalan, responsif, dan jaminan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan yang didalamnya terdapat indikator-indikator yaitu pembelian ulang, rekomendasi, fokus pada perusahaan, pembelian produk yang sama, dan penawaran ide.

Dengan melihat kesimpulan yang didapatkan maka dengan ini peneliti memberikan saran kepada perusahaan agar dapat terus memaksimalkan kualitas pelayanan pada bengkel dengan melihat aspek-aspek yang terdapat pada indikator kualitas pelayanan. Jika ingin meningkatkan kepuasan pelanggan maka perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi konsumen dan calon konsumen.

### Daftar Pustaka

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P Dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Nugroho J. Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen (edisi revisi)*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Razak, Izmail. (2016). "The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value". *Journal of Marketing and Consumer Research, Vol. 30*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Swastha, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Ketiga belas. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.