

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomoto Mantos

Yunita M. Sumual  
J. A. F. Kalangi  
Danny D. S. Mukuan

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado  
E-mail : [yunitasumual5@gmail.com](mailto:yunitasumual5@gmail.com)

---

**Abstract.** *This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT Otomoto Mantos. In this study, service quality is believed to have an effect on customer satisfaction. This research method uses a quantitative research approach. The sampling technique used in this study uses non-probability sampling with the population in this study taken from customers who have used the services at PT Otomoto Mantos, with a sample of 30 respondents. The scale used is a Likert scale. The data analysis technique used correlation analysis, simple regression analysis and t test. The result of the research from the correlation analysis shows that the person correlation value of service quality and customer satisfaction is 0.918, which means that the quality of service and customer satisfaction has a very strong degree / level of relationship. And from the results of simple regression analysis, the value of the service quality regression coefficient is 0.486, which means the coefficient is positive, which means that service quality has a positive effect on customer satisfaction. And from the results of the partial t test, it shows a significant value, so  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, which means that customer satisfaction has a significant effect on service quality.*

**Keywords:** *Service Quality, Customer Satisfaction*

---

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Otomoto Mantos. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan diyakini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian secara kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan jumlah populasi dalam penelitian ini diambil dari pelanggan yang sudah pernah menggunakan jasa di PT Otomoto Mantos, dengan sampel sebanyak 30 responden. Skala yang digunakan adalah skala Likert. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi, analisis regresi sederhana dan uji t. Hasil penelitian dari analisis korelasi menunjukkan nilai korelasi person dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah sebesar 0.918 yang berarti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut memiliki derajat/tingkat hubungan yang sangat kuat. Dan dari hasil analisis regresi sederhana nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0.486 berarti koefisien bernilai positif yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan dari hasil uji t parsial terlihat nilai signifikan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan.

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

---

### Pendahuluan

Kemajuan teknologi berkembang begitu pesat, kemajuan dalam dunia bisnis pun ikut berkembang dan mengharuskan setiap perusahaan untuk beradaptasi dan mengikuti perkembangan zaman yang ada agar tak kalah dan ketinggalan dengan perusahaan lain.

Setiap perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat, meningkatnya persaingan menuntut perusahaan untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta berupaya untuk memenuhi harapan dari konsumen dengan

memberikan pelayanan yang dapat memuaskan. Persaingan yang juga semakin ketat dalam dunia otomotif membuat perusahaan otomotif berlomba lomba menarik konsumen agar dapat menggunakan jasa mereka.

Sebagai perusahaan yang menyediakan layanan jasa bengkel dan salon mobil, PT Otomoto Mantos harus senantiasa mengedepankan layanan yang terbaik bagi pelanggan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat unggul dan bersaing. Salah satu upaya PT Otomoto Mantos untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya dapat

dimulai dari proses melihat dan mengidentifikasi jasa atau produk yang menjadi kebutuhan pelanggan, menurut Kotler (2009:184), keputusan pembelian seseorang merupakan hasil dari suatu proses yang terdiri dari lima tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian itu sendiri.

Syarat yang harus dipenuhi suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut dapat tercapai maka setiap perusahaan harus berusaha menghasilkan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (reasonable). Dengan demikian PT Otomoto Mantos harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut bergantung sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Salah satu hal yang harus diperhatikan adalah pelayanan bagi pelanggan.

Jika suatu perusahaan memberikan layanan yang bermutu, maka akan menimbulkan tingkat kepercayaan pelanggan pada perusahaan tersebut sehingga terjadi kepuasan pelanggan dan dapat mempertahankan pelanggan.

Perkembangan pelanggan yang meningkat tentu tidak lepas dari upaya dari PT Otomoto Mantos dan dari promosi lewat iklan media elektronik, media masa, dan juga kualitas layanan yang diberikan sehingga menciptakan rasa percaya pelanggan kepada PT Otomoto Mantos, oleh karena itu penyedia jasa service PT Otomoto Mantos harus senantiasa mempertahankan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan lagi untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan mempertahankan pelanggan.

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan pada pemenuhan keinginan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat. Akbar dan Parvez (2009) mengartikan kualitas pelayanan sebagai pelayanan yang memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, PT Otomoto Mantos harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai atau melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan dibanding harapannya, maka pelanggan tentu akan semakin puas.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan berdampak positif bagi perusahaan tersebut, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi bengkel atau salon mobil

tersebut akan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu berupaya memahami nilai-nilai yang diharapkan pelanggan dan atas dasar itu kemudian berusaha memenuhi harapan tersebut semaksimal mungkin.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut: “Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Otomoto Mantos? Berdasarkan rumusan masalah tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Otomoto Mantos.

### **Tinjauan Pustaka**

Pemasaran merupakan suatu sistem yang kompleks dari aktivitas bisnis yang dirancang guna merencanakan, menetapkan tarif harga, dan mempromosikan serta mendistribusikan produk-produk yang dapat memuaskan hasrat serta jasa baik itu dengan para konsumen pada saat sekarang maupun para konsumen potensial (Abdullah dan Francis Tantri, 2012:2).

### **Jasa**

Menurut Kotler dan Keller (2009:36), jasa adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

### **Kualitas Pelayanan**

Dalam dunia bisnis, bukan hanya produk/jasa yang di perhatikan. Dalam hal berbisnis kualitas pelayanan harus bisa diperhatikan juga, konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relative. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, karena kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut kemulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yaves *et al.* 2004 dalam Sumarto, 2007). Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang jauh lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Asye, 2007:53).

Adapun lima dimensi kualitas pelayanan yang diidentifikasi oleh Tjiptono (2008:68) meliputi *SERVIQUAL (Service Quality)*, yaitu:

1. *Tangible* (bukti fisik)  
Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.
2. *Realibility* (Kehandalan)  
Yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera akurat, dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanan secara cepat.
3. *Responsiveness* (Ketanggapan)  
Yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap dan sebaik mungkin.
4. *Assurance* (Jaminan)  
Yakni mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari resiko, bahaya fisik, atau keraguan-keraguan.
5. *Empathy* (Empati)  
Meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual pelanggan.

### Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:301), kepuasan konsumen adalah keadaan yang diperlihatkan oleh konsumen ketika mereka telah menggunakan jasa kemudian menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya telah sesuai dengan yang diharapkan serta telah terpenuhi secara baik.

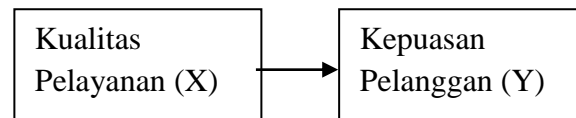
Menurut Irawan (2008:37) kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atau performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.

Menurut Yazid (2008:55) kepuasan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja. Apabila harapan tinggi sementara kinerja biasa saja maka kepuasan tidak tercapai, sebaliknya bila kinerja melebihi harapan maka kepuasan meningkat. Teori kepuasan konsumen didasarkan pada upaya meminimalkan gap (kesenjangan) tersebut. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa sesuai dengan yang dipersepsikan konsumen

Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

### Kerangka Pemikiran

#### Hipotesis



Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Otomoto Mantos.

#### Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Otomoto Mantos, PT Otomoto Mantos terletak dikawasan strategis, mengingat PT Otomoto Mantos sangat dekat dengan pusat perbelanjaan, hiburan dan restoran sehingga dapat menjadi pilihan terbaik untuk melakukan jasa service mobil. Dengan sampel yang diambil sebanyak 30 responden.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:29) metode kuantitatif adalah metode metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Metode penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu pengambilan anggota sampel berdasarkan kriteria tertentu, selanjutnya teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi, analisis regresi sederhana dan uji t parsial.

#### Hasil Penelitian

Dari hasil uji validitas berdasarkan data yang dikumpulkan dari 30 Responden terlihat bahwa seluruh item pertanyaan mempunyai nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,361). Sehingga semua item pertanyaan untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dikatakan valid.

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari 30 Responden yang ditunjukkan dalam (lampiran) analisis data dengan pengujian reliabilitas didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas**

| Variable           | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|--------------------|------------------|------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,961            | Reliable   |
| Kepuasan Pelanggan | 0,958            | Reliable   |

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS Versi 21

Dari tabel hasil uji reliabilitas di atas terlihat nilai Cronbach's Alpha pada variabel Kualitas

Pelayanan adalah  $0,961 > 0,60$  dan variabel Kepuasan Pelanggan yaitu  $0,958$ . Dalam penelitian ini maka variabel X dan Y dikatakan Reliable dilihat dari nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ . Sehingga dapat dikatakan reliable.

**Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana Coefficients<sup>a</sup>**

| Model                | Unstandardized Coefficients | Standard Error | T    | Sig.        |
|----------------------|-----------------------------|----------------|------|-------------|
|                      |                             |                |      |             |
| (Constant)           | 1.357                       | 2.986          | .455 | .653        |
| 1 Kualitas Pelayanan | .486                        | .040           | .918 | 12.239 .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber : Data yang diolah dengan SPSS Versi 21

Dari hasil uji analisis regresi sederhana pada tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :  $Y = 1.357 + 0.486X + e$

Nilai konstanta sebesar 1.357; artinya jika Kualitas Layanan(X) nilai 0 atau  $X = 0$ , maka Kepuasan Pelanggan nilainya adalah 1.357. atau 1.357%.

Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar 0.486; artinya jika variabel independent Kualitas Pelayanan (X) nilainya tetap atau constanta (a) = 0 dan Kualitas Pelayanan (X) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka Kepuasan Pelanggan(Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.486%. berarti koefisien bernilai positif yang artinya Kualitas Layanan (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) semakin meningkat variabel Kualitas Pelayanan maka semakin meningkat pula variabel Kepuasan Pelanggan.

### Uji Analisa Korelasi

Dari hasil analisis korelasi diketahui nilai signifikansi pada variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu  $0.000 < 0.05$  maka dapat disimpulkan terdapat hubungan variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Serta nilai Korelasi Person dari Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0.918 yang berarti variabel X dan variabel Y tersebut memiliki derajat/tingkat hubungan yang sangat kuat.

**Tabel 3. Hasil Uji T (parsial)**

| Model                | Unstandardized Coefficients | Standard Error | T    | Sig.        |
|----------------------|-----------------------------|----------------|------|-------------|
|                      |                             |                |      |             |
| (Constant)           | 1.357                       | 2.986          | .455 | .653        |
| 1 Kualitas Pelayanan | .486                        | .040           | .918 | 12.239 .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber : Data yang diolah dengan SPSS Versi 21

Hasil uji t diketahui nilai sig dari variabel Kualitas Pelayanan (X) adalah  $0.000 < 0.05$  dan juga terlihat nilai  $t_{hitung}$  12.239 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  2.04523. maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Kualitas Layanan.

### Pembahasan

Penelitian dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Otomoto Mantos. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui sehingga penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengikuti pedoman yang dikemukakan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2013) sehingga penelitian yang diambil ialah pelanggan yang sudah pernah menggunakan jasa di PT Otomoto Mantos, dan sampel yang diambil sebanyak 30 responden.

Berdasarkan dari hasil regresi sederhana membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Otomoto Mantos. Dan dibuktikan pada hasil uji analisa korelasi adanya tingkat hubungan yang sangat kuat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.918 yang berarti variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan memiliki derajat/tingkat hubungan yang sangat kuat. Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian dan perhitungan dengan SPSS 21 dapat dijelaskan bahwa:

Pada variabel kualitas pelayanan, hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner responden menyatakan setuju, dilihat dari hasil uji validitas dikatakan valid karena dari semua pernyataan pada nilai correct total correlation berada diatas r tabel yang berada pada taraf signifikan serta uji realibel yang dikatakan realibel. Hal ini tentu berpengaruh dari pelayanan yang sudah diberikan PT Otomoto Mantos, memang peningkatan kualitas layanan adalah salah satu faktor yang bisa berpengaruh positif, melalui fasilitas fisik, kenyamanan yang diberikan, ketepatan pelayanan, mendukung

terciptanya pelayanan yang baik, ataupun juga sikap dari karyawan ketika bersikap sopan, ramah, tentu ada respon positif dan kesan yang baik terhadap PT Otomoto Mantos. Dalam hal ini PT Otomoto Mantos sudah berupaya memberikan sesuatu yang baik untuk pelanggan. Oleh karena itu dapat dipastikan bahwa adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Otomoto Mantos. Hal ini juga didukung oleh penelitian R. J. Pioh, H. J. Sumampow, dan Triyono (2008), hasil analisis menunjukkan variabel kualitas pelayanan secara parsial berhubungan signifikan dengan variabel kepuasan pelanggan. Secara otomatis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Angkasa Pura 1 Bandar Sam Ratulangi Manado. Menurut Tjiptono (2004:59), kualitas pelayanan adalah tingkat kualitas yang diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginan konsumen, jika konsumen merasakan jasa atau pelayanan yang diterimanya dapat memenuhi apa yang diharapkan atau bahkan melampaui harapannya, maka kualitas jasa atau pelayanan tersebut dipersepsikan baik, prima dan memuaskan. Sebaliknya apabila jasa atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen tidak mampu memenuhi apa yang diharapkan konsumen, maka kualitas jasa tersebut dipersepsikan buruk.

Pada variabel kepuasan pelanggan, berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden setuju, selain dari hasil uji validitas yang dikatakan valid dilihat karena semua item dari pertanyaan pada nilai correct item total correlation berada diatas r tabel, yang berada pada taraf signifikan dan uji reliable dikatakan reliable. Didukung oleh penelitian terdahulu oleh Gisyel Angely (2019) yang dilakukan di PT. Astra International Tbk. - Daihatsu Malalayang dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2007:177) menyatakan bahwa “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah konsumen membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”, sedangkan menurut jurnal Bachtiar (2011), kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk. Dalam hal ini kepuasan konsumen adalah sebagai sarana pemasaran, terpenuhinya harapan dari konsumen meningkatkan daya beli kembali produk atau jasa pada PT Otomoto Mantos bahkan terciptanya loyalitas pelanggan, dalam hal ini PT Otomoto Mantos sudah memberikan pelayanan yang mampu diterima oleh pelanggan,

sehingga telah menciptakan kepuasan pada pelanggan itu sendiri.

Walaupun kualitas pelayanan bukan satu-satunya faktor saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan namun peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu cara efektif untuk mewujudkan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan PT Otomoto Mantos, terwujudnya kepuasan pelanggan tentu didukung oleh layanan yang baik yang sudah diberikan oleh pihak PT Otomoto Mantos diantaranya juga diterapkannya indikator indikator yang telah mendorong terjadinya kepuasan pelanggan, sehingga membawa kesan yang baik untuk konsumen pengguna jasa, selain itu akan menciptakan rasa kepercayaan dan menciptakan loyalitas pelanggan dan PT Otomoto Mantos akan semakin positif dimata masyarakat umumnya dan pelanggan khususnya, hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Alfi Syahri Lubis, Nur Rahmah Andayani (2017) dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam, itu berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang kuat untuk menciptakan kepuasan pelanggan, didukung juga oleh teori Colgate dan Danaher (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dari pada pelayanan yang dikategorikan baik. Implementasi strategi dengan kategori terbaik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan lebih besar dari pada tidak ada pemasaran yang relasional yang dilakukan. Dan sebaliknya implementasi strategi dengan kategori terburuk akan menurunkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan lebih besar daripada tidak ada pemasaran yang relasional yang dilakukan. Oleh karena itu dalam penelitian ini dapat dipastikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan berdampak positif bagi konsumen pengguna jasa dalam hal kepuasan konsumen.

### **Simpulan**

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT Otomoto Mantos. Itu berarti tingkat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Otomoto Mantos dikatakan kuat. adanya pengaruh positif yang dihasilkan, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin besar pula kepuasan pelanggan yang dirasakan.

## Referensi

- Abdullah dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Akbar, M.M., dan Parvez, N. 2009. Impact of Service Quality, Trust and Costumer Satisfaction On Costumer Loyalty. *ABBAC Journal* 29 (1) 24-38
- Asye Osfer Ozcelik. 2007. An Evaluation of Fast-Food Preferences According to Gender. *Humanity of Social Science Journal* 2 (1)
- Irawan, Handi. 2008. *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Cetakan Pertama PT Gramedia
- Kotler, P. and Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi 12*. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, P. and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi 13 Alih Bahasa: Bob Sebran Erlangga*, Jakarta.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba empat
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran edisi kedua*. Yogyakarta: Andy
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran edisi Kedua*. Yogyakarta: Andy Offset
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction edisi 3*. Yogyakarta: Andy Offset
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: ALFABETA
- Sumarto, 2007. Membangun Costumer Loyalti Nasabah Bank melalui Costumer Satisfaction. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol 7 (2)*
- Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia