

ANALISIS STRATEGI INDUSTRI TERKAIT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN

¹Muhammad Sendi Agung Suhendar, ²Sunyoto, ³Imron Widiastuti

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Wisnuwardhana Malang, Indonesia

Email: sendiagung16081997@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengetahui bagaimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Wisesa Motor. Bahwa pelayanan yang baik terhadap konsumen sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas baik dari cara komunikasi maupun pelayanan maupun pada saat perawatan/service kendaraan tersebut, dengan puasnya pelanggan terhadap pelayanan dapat dipastikan pelanggan tersebut pasti akan mempercayai bengkel Wisesa Motor untuk merawat kendaraanya kepada bengkel Wisesa, dengan begitu pemilik bengkel dan konsumen sama-sama diuntungkan, konsumen merasa puas dengan pelayanan dan pemilik bengkel mendapatkan income dari banyak konsumen yang datang dan melakukan perawatan kendaraanya di bengkel tersebut.

Kata Kunci: Konsumen , Kualitas , Pelayanan

PENDAHULUAN

Jaman era globalisasi seperti saat ini, pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai perubahan baik dalam sector Industri maupun ekonomi yang sangat fundamental guna menghadapi perdagangan bebas yang masuk baik itu dari negara-negara maju maupun Negara berkembang. Maka seiring dengan perubahan ekonomi tersebut kemudian tumbulah berbagai macam kebutuhan dalam masyarakat. Diantaranya kebutuhan masyarakat akan alat transportasi, tentunya di era modern seperti saat ini kita sangat membutuhkan transportasi baik darat, laut maupun udara yang dapat cepat melayani kebutuhan konsumen. Untuk kebutuhan transportasi darat, kebutuhan kendaraan bermotor sangat dibutuhkan. Sepeda motor sebagai alat transportasi mempunyai peran yang sangat penting dalam masyarakat baik perseorangan maupun perusahaan. Hal ini dikarenakan sepeda motor selain harganya yang terjangkau bagi ekonomi rakyat Indonesia, juga mempunyai nilai yang sangat penting bagi kelangsungan dan kemudahan distribusi barang, terutama dalam mendukung kelancaran transaksi yang berhubungan dengan perdagangan dan bisnis lainnya.

Dengan semakin banyaknya masyarakat memiliki kendaraan bermotor, maka banyak sekali menciptakan peluang pekerjaan bagi masyarakat baik itu sebagai pemilik dealer kendaraan, sebagai penjual motor bekas, maupun dengan usaha pendirian bengkel kendaraan bermotor. Banyak sekali bengkel yang beroperasi di Indonesia baik bengkel dealer yaitu bengkel yang memberikan pelayanan pada kendaraan dengan merk tertentu seperti AHASS yang memberikan pelayanan pada motor Honda, bengkel pelayanan umum yaitu bengkel yang mampu melayani perawatan dan perbaikan pada beberapa komponen pada sebuah kendaraan, bengkel pelayanan khusus yaitu bengkel yang memiliki spesialisasi dalam hal perawatan dan perbaikan salah satu elemen kendaraan misal bengkel Dinamo, bengkel unit keliling yaitu bengkel yang memberikan pelayanan berupa perbaikan di lokasi kendaraan milik konsumen. Adapun alasan pendirian bengkel karena pada kondisi tertentu kendaraan bermotor memerlukan perawatan atau perbaikan, perawatan dan perbaikan harus dilakukan agar umur pakai kendaraan lebih panjang atau paling tidak sama dengan umur pakai yang telah diprediksikan oleh pabrik pembuat, meskipun demikian perbaikan dan perawatan bukan pekerjaan yang mudah karena memerlukan pengetahuan khusus. Untuk memperoleh pengetahuan, tentu saja diperlukan kemauan dan waktu. Namun, sebagian besar pemilik kendaraan bermotor biasanya merasa dirinya tidak memiliki kedua hal tersebut. Karena dengan segala aktivitas yang dilakukannya maka pemilik kendaraan bermotor beranggapan terlalu sibuk sehingga tidak perlu mempelajari komponen kendaraan, dan ada banyak orang yang beranggapan tidak perlu mempelajari komponen kendaraan karena telah ada pihak yang dapat

dibayar untuk jasa perbaikan maupun service kendaraan. Dalam persaingan yang makin kompetitif maka saya melakukan kegiatan dengan pendirian bengkel Wisesa Motor yang salah satu tugasnya adalah sebagai layanan purna jual beberapa hal yang dilakukan antara lain menjadi yang terbaik dalam memberikan layanan kepada pelanggan (Customer Satisfaction Index) yaitu dengan memberikan perbaikan dan layanan terbaik di Wisesa Motor. Sebagai institusi jasa, bengkel Wisesa Motor yang terletak di Jl. Plaosan Timur No. 189B tidak hanya dituntut untuk memenuhi pelayanan dengan baik, akan tetapi juga harus mampu bersaing untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Tuntutan ini adalah mutlak agar tercipta sebuah loyalitas konsumen yang kelak akan menjadi aset yang berharga bagi pendiri bengkel. Oleh karena itu diperlukan suatu konsep berwawasan pelanggan dimana bengkel memusatkan perhatian penuh terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Seiring dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan saat ini ditambah pesatnya persaingan antar bengkel yang mengakibatkan jumlah pengunjung yang fluktuatif dan kecenderungan menurun.

Kepuasan konsumen adalah respon pelanggan (customer) terhadap evaluasi ketidaksihinggaan atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Pada dasarnya, pengertian kepuasan atau ketidakpuasan konsumen (customer) merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan memuaskan. Oleh karena itu, agar dapat mengungkap lebih jauh fenomena-fenomena yang terjadi di Wisesa Motor maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 20 responden yang berkunjung ke bengkel Wisesa Motor. Berdasarkan hasil prapenelitian tersebut menunjukkan bahwa ada beberapa masalah yang terjadi sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Namun masalah tertinggi berdasarkan hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Wisesa Motor dianggap kurang optimal. Pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel semestinya melebihi pelayanan yang diharapkan konsumen, masalah ini diperkuat dengan pernyataan konsumen pada bagian service yang telah diwawancarai peneliti. Mereka menyatakan bahwa pelayanan yang ditawarkan kurang memuaskan. Keadaan ini tidak sesuai dengan harapan pemilik bengkel, karena masih besar keluhan dari konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh bengkel itu sendiri pada bagian service. Perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima konsumen dapat menjadi ukuran bagi kepuasan konsumen mengenai jasa yang berkualitas.

Hasil identifikasi dapat ditemukan permasalahan yang ada di bengkel Wisesa Motor antara lain adalah kurangnya tangible yang diberikan pihak wisesa Motor dalam memberikan fasilitas terhadap konsumen seperti ruang tunggu yang kurang nyaman dan kamar mandi yang tidak terjaga kebersihannya, pihak bengkel tidak dapat melakukan reliability yang baik terhadap konsumen seperti karyawan yang kurang disiplin saat bekerja, responsiveness yang masih rendah pada bengkel dalam melayani konsumen seperti melayani konsumen memerlukan waktu yang lama courtesy (keramahan) yang tidak dilakukan oleh mekaniik seperti kurang ramahnya karyawan terhadap konsumen., sering terjadinya miskomunikasi antara konsumen dengan mekanik seperti konsumen penjelasan mekaniik kepada konsumen terkait problem pada kendaraanya namun nama konsumen tersebut belum terdaftar di urutan antrian service konsumen.

Sebagai bengkel yang telah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sekitar namun demikian masih terdapat banyak keluhan dari konsumen yang menggunakan jasa bengkel Wisesa Motor. Berdasarkan hasil kotak saran yang ada di bengkel Wisesa Motor dapat diketahui bahwa keluhan dari konsumen bengkel Wisesa Motor cukup banyak. Keluhan-keluhan tersebut seharusnya ditanggapi pihak bengkel dengan mengambil langkah-langkah yang diperlukan, sehingga konsumen akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak bengkel. Bengkel Wisesa Motor adalah bengkel yang sudah berdiri cukup lama dengan jumlah mekanik sebanyak 2 orang. Wisesa Motor beroperasi dari jam 8.00 –17.00 wib setiap hari. Setiap hari bengkel Wisesa Motor rata-rata dapat menservice 15 unit motor. Dalam mengatasi penumpukan antrian yang terjadi, harusnya bengkel Wisesa Motor menambah mekanik mekanik untuk memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen sehingga konsumen tidak perlu mengantri lama. tetapi disisi lain hal ini juga menimbulkan terjadinya kelebihan jumlah mekanik yang bekerja pada hari kerja reguler yaitu senin –jumat sementara kepadatan justru terjadi pada akhir pekan (sabtu –minggu). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas

pelayanan servis sepeda motor di bengkel Wisesa Motor, mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan pada pelayanan servis sepeda motor di bengkel Wisesa Motor, mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelayanan servis sepeda motor di bengkel Wisesa Motor.

Kualitas pelayanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas (Mulyono. 2011:5). Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (Parasuraman. 2013:12). Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan (Rangkuti. 2011:18). Dengan begitu harus ada usulan dua belas indikator kualitas jasa dengan definisi masing-masing, seperti berikut:

1. Access, yaitu lokasi yang mudah dijangkau, termasuk kemudahan untuk menemukan jalan-jalan disekitarnya dan kejelasan rute.
2. Attentiveness/helpfulness, yaitu berhubungan dengan kontak personel, sampai sejauh mana mereka berkeinginan untuk membantu konsumen.
3. Availability, yaitu berkaitan dengan ketersediaan fasilitas jasa, staf dan barang-barang bagi konsumen.
1. Comfort, yaitu berkaitan dengan kenyamanan lingkungan dan fasilitas jasa.
2. Commitment, yaitu komitmen pekerja terhadap tugas.
3. Communication, yaitu kemampuan penyedia jasa berkomunikasi dengan konsumen.
4. Competence, yaitu berkaitan dengan keahlian dan profesionalisasi dalam penyampaian jasa
5. Courtesy, yaitu kesopanan, respek dalam penyediaan jasa, terutama berkenaan dengan kontak staf dalam berhubungan dengan konsumen dan hak miliknya.
6. Flexibility, yaitu berkaitan dengan keinginan dan kesanggupan pekerja untuk mengubah pelayanan jasa atau produk, menyesuaikan dengan keinginan konsumen.
7. Integrity, yaitu kejujuran, keadilan dan kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan jasa kepada konsumen.
8. Reliability, yaitu kehandalan dan konsistensi kinerja fasilitas jasa, barang-barang dan staf.
9. Responsiveness, yaitu kecepatan dan ketepatan penyampaian jasa.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya (Tjiptono. 2015:123). Pelanggan adalah seorang individu yang secara continue dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut. Untuk mengukur kepuasan pelanggan (Lupiyoadi. 2011:134). Beberapa indikator terkait pelayanan kerja:

1. Kinerja adalah hasil nyata dari sebuah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumen. Kinerja diukur dengan:
 - a. Kepuasan atas kemampuan perusahaan dalam melayani pelanggan dengan tepat.
 - b. Kepuasan atas kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan.
2. Harapan adalah perkiraan atau keyakinan pelanggan mengenai apa yang akan diterimanya. Harapan diukur dengan:
 - a. Kepuasan atas terpenuhinya harapan pelanggan.
 - b. Kepuasan atas kemampuan perusahaan melayani pelanggan dibandingkan dengan pesaing.

Pemilik bengkel harus bisa mempertahankan pelanggan agar kegiatan bengkel bisa tetap berlangsung dengan lancar. Salah satu cara yang dilakukan untuk mempertahankan pelanggan adalah memberikan kepuasan bagi pelanggan. Bagi pemilik bengkel, kepuasan pelanggan dapat dirasakan dengan adanya pembelian/pemakaian ulang oleh pelanggan yang berdampak pada meningkatnya jumlah pengguna/pembeli jasa pada bengkel tersebut. Berdasarkan tinjauan yang telah dijelaskan, maka dapat digambarkan bahwa kualitas servis mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengertian bengkel adalah tempat di mana seseorang mekanik melakukan pekerjaannya melayani jasa perbaikan dan perawatan kendaraan. Bengkel umum kendaraan bermotor adalah bengkel umum yang berfungsi untuk membetulkan, memperbaiki, dan merawat kendaraan bermotor agar tetap memenuhi persyaratan teknis dan layak jalan (Kulkarni, 2013). Hal ini guna memenuhi tuntutan PP No. 44 Tahun 1993 tentang kendaraan dan pengemudi pasal 126, 127, 128, dan 129, dinyatakan bahwa setiap kendaraan bermotor harus memenuhi persyaratan teknis dan kelayakan kendaraan bermotor. Menurut Yoga (2013), bengkel merupakan suatu usaha jenis wirausaha kecil dan menengah yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan perbaikan, baik itu sepeda motor atau mobil. Usaha bengkel sepeda motor adalah usaha yang melakukan perbaikan sepeda motor agar dapat kembali berjalan dengan baik sesuai dengan keinginan pemilik atau bentuk asli dari sepeda motor tersebut (Yuda, 2015). 2.2 Klasifikasi Bengkel itu sendiri memiliki beberapa jenis yang memiliki perbedaan mendasar. Berdasarkan SK Menperindag nomor 551/MPP/Kep/10/1999 tentang bengkel umum kendaraan bermotor dibedakan berdasarkan sistem mutu dan sumber daya manusianya, menjadi beberapa kelas dan tipe, terdiri atas :

- a. Bengkel kelas I tipe A, B, dan C
- b. Bengkel kelas II tipe A, B, dan C
- c. Bengkel kelas III tipe A, B, dan C

Klasifikasi bengkel kelas I,II,III dapat dilihat spesifikasinya sesuai dengan lampiran I yang terlampir pada peraturan tersebut. Sedang tipe bengkel yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. Bengkel tipe A merupakan bengkel yang mampu melakukan jenis pekerjaan perawatan berkala, perbaikan kecil, perbaikan besar, perbaikan chassis dan body.
- b. Bengkel tipe B merupakan bengkel yang mampu melakukan jenis pekerjaan perawatan berkala, perbaikan kecil dan perbaikan besar, atau jenis pekerjaan perawatan berkala, perbaikan kecil serta perbaikan chassis dan body.
- c. Bengkel tipe C merupakan bengkel yang mampu melakukan jenis pekerjaan perawatan berkala, perbaikan kecil.

Usaha bengkel motor yang dapat menimbulkan dampak negative oleh kegiatan usaha bengkel adalah potensi timbulnya persoalan lingkungan dan kesehatan manusia. Persoalan lingkungan yang ditimbulkan oleh bengkel dapat berupa kebisingan, kerusakan tanah, pencemaran air, dan pencemaran udara. Salah satu yang paling dominan adalah kontaminasi terhadap lingkungan oleh limbah B3.

Aktivitas Bengkel motor tipe C pada umumnya melayani perbaikan dan perawatan skala kecil sampai sedang pada motor. Seperti perbaikan komponen, penggantian oli, dan pengecekan performa dan sebagainya.

METODE

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Kualitatif merupakan suatu metode yang digunakan untuk mendeskripsikan suatu masalah yang ada. Kualitatif juga merupakan analisis yang tidak menggunakan statistik atau angka (Muh Fitrah, 2017). Pada penelitian ini menggunakan cara pendekatan kepada konsumen dengan tujuan agar pencapaian penelitian ini memperoleh hasil yang baik dengan harus melakukan eksplorasi yang mendalam (Suharmi Arikanto. 2010). Selain itu analisis ini langsung di bengkel wisesa tujuannya adalah untuk mengobservasi mendalam terhadap kegiatan yang berlangsung di dalam kegiatan bengkel itu sendiri (Bungaran Antonius Simanjuntak. 2014). Pada penelitian ini data yang dikumpulkan berupa data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan para konsumen dan penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan menyangkut kenyamanan dalam pelayanan di bengkel wisesa.

Pengumpulan data dalam penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner langsung dengan para konsumen yang datang. Selain itu juga pengumpulan data dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kegiatan di bengkel tersebut yang bersifat tertutup. dengan menggunakan skala likert dimana responden dibatasi dalam menjawab pertanyaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data deskripsi pada pedagang konsumen di bengkel tersebut, berdasarkan hasil penyebaran kuesioner mengenai pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen di dapatkan 10 responden dengan data sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Jawaban Kuisisioner 10 Responden Mengenai Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan konsumen terhadap pelayanan	Jawaban				
		SP	P	CP	TP	STP
1	Petugas pendaftaran dan mekenik ramah dan terampil	6	4	-	-	-
2	Produk oli lengkap tersedia	8	2	-	-	-
3	Ruang tunggu yang nyaman	9	1	-	-	-
4	Penggantian oli cepat dan tepat	9	1	-	-	-
5	Harga oli murah dan terjamin	7	3	-	-	-
6	Lingkungan Kerja Yang Bersih	5	4	1	-	-
7	Lamanya waktu perawatan/service	5	5	-	-	-
8	Tarif yang di berikan relative murah	8	2	-	-	-
9	Cara menyampaikan saran atau pendapat kepada konsumen	7	3	-	-	-
10	Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu	4	5	1	-	-

Hasil kuesioner yang dibagikan kepada 10 responden menunjukkan kebutuhan pekerja. Untuk Petugas pendaftaran dan mekenik ramah dan terampil, 6 responden menyatakan sangat penting (SP) dan 4 responden menyatakan penting (P). Produk oli lengkap tersedia yaitu 8 responden menyatakan sangat penting (SP), dan 2 responden menyatakan penting (P). Ruang tunggu yang nyaman 9 responden menyatakan sangat penting (SP), 1 responden menyatakan penting (P). Penggantian oli cepat dan tepat yaitu, 9 responden menyatakan sangat penting (SP), 1 responden menyatakan penting (P). Harga oli murah dan terjamin yaitu 7 responden menyatakan sangat penting (SP), dan 3 responden menyatakan penting (P). Lingkungan kerja yang bersih yaitu 5 responden menyatakan sangat penting (SP), 4 responden menyatakan penting (P), dan 1 responden menyatakan sangat penting (CP). Tarif yang di berikan relative murah yaitu, 5 responden menyatakan sangat penting (SP), dan 5 responden menyatakan penting (P). Cara menyampaikan saran atau pendapat kepada konsumen yaitu, 8 responden menyatakan sangat penting (SP), dan 2 responden menyatakan penting (P). Cara menyampaikan saran atau pendapat kepada konsumen yaitu, 7 responden menyatakan sangat penting (SP), dan 3 responden menyatakan penting (P). Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu yaitu, 4 responden menyatakan sangat penting (SP), 5 responden menyatakan penting (P), dan 1 responden menyatakan cukup penting (CP).

Dari hasil penyebaran kuesioner dan wawancara penelitian tentang analisis ergonomi dan keselamatan dan kesehatan kerja pada peralatan kerja yang di bagikan kepada 10 responden menunjukkan bahwa 9 pernyataan tergolong sangat penting dan 1 pernyataan penting. Pada analisis ergonomis dan K3, kemudian dihitung nilai rata-rata untuk mengetahui bobot nilai pada setiap pertanyaan.

Tabel 2. Rata-rata Hasil Jawaban Kuisisioner 10 Responden Mengenai Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan konsumen terhadap pelayanan	Jawab	Bobot Nilai
1	Petugas pendaftaran dan mekenik ramah dan terampil	Sangat Penting	4,6
2	Produk oli lengkap tersedia	Sangat Penting	4,8
3	Ruang tunggu yang nyaman	Sangat Penting	4,9
4	Penggantian oli cepat dan tepat	Penting	4,3
5	Harga oli murah dan terjamin	Sangat Penting	4,7
6	Lingkungan Kerja Yang Bersih	Sangat Penting	4,5
7	Lamanya waktu perawatan/service	Sangat Penting	4,5
8	Tarif yang di berikan relative murah	Sangat Penting	4,8
9	Cara menyampaikan saran atau pendapat kepada konsumen	Sangat Penting	4,7
10	Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu	Penting	4,3

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan bahwa dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang baik terhadap konsumen sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dengan adanya

pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas baik dari cara komunikasi maupun pelayanan pada saat perawatan/service kendaraan tersebut, dengan puasnya pelanggan terhadap pelayanan dapat dipastikan pelanggan tersebut pasti akan kembali lagi ketika kendaraannya sudah waktunya perawatan dan penggantian oli.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchairi(2011). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia.
- Azizah (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel AHASS Cahaya Indotama Godean Sleman Yogyakarta.Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol,2. No.1. Halaman 21-32.
- Bitner dan Zeithaml (2013). Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Brady & Cronin (2001). Perilaku Konsumen. Jakarta :Binarupa Aksara.
- Budiastuti(2012). Strategi Pemasaran. Terjemahan. Bandung :Alfabeta.
- Gronroos (2012). Konsep Kepuasan Pelanggan. Jakarta:Citra Windu Satria.
- Irawan (2014). Pemasaran Jasa. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Kotler Philip And Kevin Lane Keller. (2011). Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran, Mm. Jakarta: Erlangga.
- Lailia (2012). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa servis bengkel Ahass 0002 Semarang honda center. Jurnal Menara Ilmu Vol. XI No.75.Halaman 194-205.
- Lupiyoadi, Rambat(2011). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta: Salemba.Lupiyoadi dan Hamdani (2013). Pemasaran Jasa. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Mangkunegara (2012).Manajemen Pemasaran: Strategi Bank Di Era Global. Jakarta: Gramedia.
- Mulyono (2011). Mengukur Kepuasan Pelanggan. Cet. Kedua. Jakarta: PPM.
- Ningrum (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melakukan service pada bengkel sepeda motor Ahass Tanjungtani Prambon Nganjuk. Jurnal Siasat Bisnis, Vol.17 No.2. Halaman 117-130.
- Parasuraman (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Jakarta: Salemba.
- Rangkuti(2011). Pemasaran Jasa.. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan (2011). Metode Penelitian. Yogyakarta:Mediakom
- Sholeha dkk (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol.9, No. 2.
- Sudjana, Nana (2012). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono(2012). Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif DanR&D. Cetakan ke-17 . Bandung:alfabeta.
- Thamrin dan Tantri(2013).Pemasaran Jasa.Edisi revisi. Yogyakarta: PT. Surya sarana utama.
- Tjiptono Dan Gregorius Chandra (2011).Strategi Pemasaran. Yogyakarta.: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (2015). Service, Quality & Satisfaction.Edisi Ketiga. Yogyakarta : andi
- Umar (2010). Metode Penelitian Administrasi. Edisi 9. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Yazid(2010). Pemasaran jasa. Edisi revisi. Yogyakarta: PT. Surya Sarana Utama.