

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL AHASS GUMILANG MOTOR RAJAGALUH KABUPATEN MAJALENGKA

Sudibyo Budi Utomo dan Iwan Riswanto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) STMY Majalengka

Email: sudibyobo27@gmail.com

Abstrak

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan hal yang seharusnya dilakukan suatu organisasi atau perusahaan secara periodik untuk lebih memantapkan keunggulan bersaing dengan competitor perusahaan. Peningkatan kinerja pada atribut yang tepat akan membawa dampak positif pada perusahaan, yaitu meningkatnya kepuasan pelanggan karena harapan mereka terhadap kualitas pelayanan dapat terpenuhi oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan konsumen dengan mengintegrasikan metode Servqual dan model diagram kartesius, penelitian ini dilakukan di Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh. Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang meliputi pertanyaan-pertanyaan yang mewakili 5 dimensi kualitas pelayanan kepada konsumen Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh dengan mengambil 100 orang sampel. Secara umum kualitas pelayanan di Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh masih belum sepenuhnya memenuhi harapan konsumen, karena nilai kesenjangan setiap dimensi semuanya masih bernilai negative (-). Letak kesenjangan terbesar terdapat pada dimensi Assurance (-0,705) dan letak kesenjangan terkecil terdapat pada dimensi Emphaty (-0,095), sehingga prioritas perbaikan yang harus dilakukan terdapat pada dimensi Assurance. Faktor utama yang diprioritaskan untuk segera dilakukan perbaikan dalam pelaksanaan pelayanannya adalah jaminan keamanan atas motor pelanggan dan jaminan kerusakan motor pelanggan yang diakibatkan oleh karyawan, serta kemampuan memberikan pelayanan terhadap konsumen oleh karyawan bengkel, ketiga faktor ini masuk dalam kuadran A pada diagram kartesius.

Kata Kunci: *kualitas, peayanan, pelanggan*

Pendahuluan

Berbagai macam perusahaan dewasa ini tumbuh sangat pesat di berbagai daerah di Indonesia, termasuk perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa, ini merupakan dampak dari dimulainya perdagangan bebas di wilayah Asia tenggara dan sekitarnya, di suatu sisi perdagangan bebas ini berdampak positif bagi para pelaku usaha di Indonesia yaitu bisa memacu para pelaku usaha untuk lebih mengembangkan usahanya agar tidak kalah dengan para pengusaha yang datang dari luar Indonesia,

namun di sisi lain perdagangan bebas ini bisa berdampak negative bagi para pelaku usaha di Indonesia karena dikhawatirkan para pelaku usaha di Indonesia bisa kalah bersaing dengan para pengusaha dari luar Indonesia. Fenomena ini menimbulkan persaingan antar perusahaan baik dalam dan luar negeri untuk menjadi yang terbaik dan meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Berbagai macam cara dilakukan oleh setiap perusahaan untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya, salah satu cara untuk meraih konsumen adalah dengan memperbaiki kualitas pelayanan, terutama untuk perusahaan yang bergerak dibidang jasa, kualitas pelayanan sangat mutlak diperhatikan demi masa depan perusahaan.

Tiap konsumen mempunyai tingkat kepuasan yang berbeda, tingkat kepuasan yang berbeda ini merupakan indikator yang baik untuk mengukur tingkat kualitas produk atau pelayanan yang mereka terima. Konsumen menghendaki pelayanan yang diterima cepat dan baik, selain itu konsumen juga sangat menginginkan pelayanan yang bermutu. Tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harapan (*expectations*) konsumen. Kualitas pelayanan yang baik adalah dimana saat perusahaan mampu memberikan pelayanan yang sangat memuaskan agar terpenuhinya permintaan dan harapan konsumen. Konsumen atau pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan, kapan mereka menginginkannya, dimana dan mengapa mereka menginginkannya.

(Supranto, 2006) Mengungkapkan :

“Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai stratedi untuk terus tumbuh.”

(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 2008) menyatakan, Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat ketidaksesuaian antara harapan/keinginan konsumen dengan persepsi mereka.

Menurut Day dalam (Tjiptono & Chandra, 2005) menyatakan bahwa: ”Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/disconfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.”

Sebenarnya pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana, maupun kompleks dan rumit. Engel Dalam (Tjiptono & Chandra, 2005)

mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*out come*) sama atau melampaui harapan pelanggan.

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan kecewa dan sebaliknya bila kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan puas, kepuasan adalah tujuan dari pelayanan, dan mutlak harus bisa dipenuhi untuk menjamin kualitas suatu layanan.

Kualitas pelayanan juga termasuk salah satu faktor penting dalam dunia usaha, hal ini dikarenakan kualitas pelayanan sangat menentukan dalam memperoleh loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik maka pelanggan yang loyal akan semakin banyak, sebaliknya kualitas pelayanan yang buruk menyebabkan pelanggan pergi (Yusuf, 2016).

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif analisis. Menurut (Narbuko, n.d.). Penelitian deskriptif analisis yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode Servqual dan model diagram kartesius.

Hasil dan Pembahasan

A. Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum mengetahui kualitas pelayanan terhadap konsumen Bengkel AHASS Gumilang Motor, maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrument penelitian, yang dalam penelitian ini adalah tabulasi hasil jawaban responden atas pertanyaan kuesioner tentang persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh (dapat dilihat pada lampiran).

Untuk pengujian validitas instrumen penelitian, penulis menggunakan program SPSS 16. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pernyataan-pernyataan mana yang valid dan mana yang tidak valid, mana yang reliabel dan mana yang tidak reliabel.

2. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh

Persepsi merupakan penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh kepada konsumennya, dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarakan kepada 100 konsumen Bengkel AHAS Gumilang Motor Rajagaluh didapat data sebagai berikut :

Tabel 1
Persepsi Responden tentang Kondisi Peralatan Service

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Baik	5	69	345	69%
Baik	4	26	104	26%
Cukup Baik	3	5	15	5%
Kurang Baik	2	-	-	-
Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah		100	464	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel 1 ternyata penilaian responden tentang peralatan service di Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh sebagian besar menilai sangat baik. terlihat dari persentase jumlah yang memberi penilaian sangat baik sebanyak 69% dan yang memberi penilaian baik 26%, yang menilai cukup baik sebanyak 5% sedangkan tidak ada responden yang menilai kurang baik dan tidak baik.

Tabel 2
Persepsi Responden tentang Kondisi Fisik Fasilitas Layanan

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Baik	5	56	280	56%
Baik	4	40	160	40%
Cukup Baik	3	4	12	4%
Kurang Baik	2	-	-	-
Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah		100	452	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Untuk kondisi fisik fasilitas layanan berdasarkan tabel 2 responden yang memberikan penilaian sangat baik sebanyak 56% responden, yang memberikan penilaian baik 40% responden dan yang menilai kondisi fisik fasilitas layanan cukup baik sebanyak 4% responden, untuk penilaian kurang baik dan tidak baik tidak ada responden yang memilih. Ini berarti untuk kondisi fisik fasilitas layanan di Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh sudah termasuk sangat baik.

Tabel 3
Persepsi Responden tentang Kemampuan Memberikan Pelayanan

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Baik	5	56	280	56%
Baik	4	40	160	40%
Cukup Baik	3	-	-	-
Kurang Baik	2	4	8	4%
Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah		100	448	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel 3 ada 56 % responden yang memberikan penilaian sangat baik terhadap kemampuan bengkel memberikan pelayanan terhadap konsumen, ini menunjukkan kemampuan bengkel untuk memberikan pelayanan kepada konsumen sudah bisa dikatakan baik dan 40% responden menilai baik dan hanya 4% responden saja yang menilai kurang baik, sedangkan yang memberi penilaian cukup baik dan tidak baik tidak ada sama sekali.

Tabel 4
Persepsi Responden tentang Prosedur dan Durasi Melayani Klaim Konsumen

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Baik	5	58	290	58%
Baik	4	40	160	40%
Cukup Baik	3	2	6	2%
Kurang Baik	2	-	-	-
Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah		100	456	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Dari tabel 4 tentang prosedur dan durasi melayani klaim responden yang menilai sangat baik sebanyak 58% responden, baik sebanyak 40% responden

dan cukup baik sebanyak 2% responden, kemudian tidak ada responden yang memberi penilaian kurang baik dan tidak baik

Tabel 5
Persepsi Responden tentang Keinginan Karyawan untuk Membantu Pelanggan

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Baik	5	70	350	70%
Baik	4	26	104	26%
Cukup Baik	3	4	12	4%
Kurang Baik	2	-	-	-
Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah		100	466	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Dari tabel 5 terlihat jelas bahwa penilaian responden tentang keinginan karyawan untuk membantu pelanggan sudah bisa dibilang baik karena jumlah responden yang menilai sangat baik cukup banyak yaitu sebanyak 70% responden dan 26% menilai baik, kemudian 4% menilai cukup baik, kemudian tidak ada responden yang menilai tidak baik dan kurang baik.

Tabel 6
Persepsi Responden tentang Tindakan yang Cepat dan Tanggap saat Pelanggan Membutuhkan Pertolongan

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Baik	5	56	280	56%
Baik	4	40	160	40%
Cukup Baik	3	4	12	4%
Kurang Baik	2	-	-	-
Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah		100	452	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Pada tabel 6 responden yang memberikan penilaian sangat baik sebanyak 56%, baik 40% dan cukup baik 4%, untuk kurang baik dan tidak baik tidak ada yang memilih, dengan demikian mengindikasikan bahwa para karyawan bengkel dalam hal bertidak cepat dan tanggap saat pelanggan membutuhkan pertolongan sudah bisa dikatakan baik.

Tabel 7
Persepsi Responden tentang Jaminan Keamanan atas Motor Pelanggan

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Baik	5	31	155	31%
Baik	4	61	244	61%
Cukup Baik	3	4	12	4%
Kurang Baik	2	4	8	4%
Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah		100	414	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Untuk tanggapan responden tentang jaminan keamanan atas motor pelanggan Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh 31% responden menilai sangat baik, 61% responden menilai baik dan 4% responden menilai cukup baik 4% kurang baik, kemudian tidak ada responden yang menilai kurang baik dan tidak baik. jadi dalam hal ini penilaian konsumen terhadap bengkel sudah baik.

Tabel 8
Persepsi Responden tentang Jaminan Kerusakan Motor Pelanggan yang Diakibatkan Oleh Karyawan

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Baik	5	48	240	48%
Baik	4	39	156	39%
Cukup Baik	3	13	39	13%
Kurang Baik	2	-	-	-
Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah		100	435	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Dari 100 responden ada 48% responden yang menilai sangat baik, 39% responden menilai baik dan 13% responden memberikan penilaian cukup baik terhadap jaminan kerusakan motor pelanggan yang diakibatkan oleh karyawan Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh, untuk responden yang memberikan penilaian kurang baik dan tidak baik, tidak ada yang memberikan penilaian, sehingga dalam hal ini bengkel sudah bisa dikatakan baik.

Tabel 9
Persepsi Responden tentang Perhatian yang Sungguh-sungguh Terhadap Pelanggan Tanpa Memandang Status Sosial

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Baik	5	60	300	60%
Baik	4	32	128	32%
Cukup Baik	3	8	24	8%
Kurang Baik	2	-	-	-
Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah		100	452	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Pada tabel 9 responden yang menilai perhatian bengkel yang sungguh-sungguh terhadap pelanggan tanpa memandang status sosial sangat baik sebesar 60%, yang menilai baik 32% dan cukup baik 8%, kemudian tidak ada responden yang menilai kurang baik dan tidak baik, ini menunjukkan dalam hal ini bengkel sudah bisa dikatakan baik.

Tabel 10
Persepsi Responden tentang Pemberian Informasi Oleh Petugas Jelas dan Mudah Dimengerti

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Baik	5	62	310	62%
Baik	4	35	140	35%
Cukup Baik	3	3	9	3%
Kurang Baik	2	-	-	-
Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah		100	459	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel 10 responden yang menjawab sangat baik mencapai 60%, yang menjawab baik mencapai 35% dan sisanya 3% menjawab cukup baik, untuk responden yang menjawab kurang baik dan tidak baik tidak ada sama sekali. Tingginya persentase jawaban sangat baik dan baik mengindikasikan bahwa dalam hal pemberian informasi kepada konsumen, Bengkel AHASS Gumilang Motor sudah bisa dikatakan baik dan jelas sehingga dapat dimengerti oleh konsumen.

Berdasarkan hasil kuesioner mengenai persepsi konsumen terhadap Bengkel AHASS Gumilang motor Rajagaluh, dibawah ini disajikan hasil

rekapitulasi jawaban responden terhadap pernyataan yang menjelaskan tentang kualitas pelayanan, yaitu seperti tabel berikut ini :

Tabel 11
Rekapitulasi Jumlah Skor Jawaban Responden Mengenai Persepsi Konsumen

No	Pertanyaan	Total Skor
1	Kondisi peralatan service	464
2	Kondisi fisik fasilitas layanan(bangunan, ruang tunggu, tempat duduk, meja, dll)	452
3	Kemampuan memberikan pelayanan	448
4	Prosedur dan durasi dalam melayani klaim	456
5	Keinginan karyawan untuk membantu pelanggan	466
6	Tindakan yang cepat dan tanggap saat pelanggan membutuhkan pertolongan	452
7	Jaminan keamanan atas motor pelanggan	414
8	Jaminan kerusakan motor pelanggan yang diakibatkan oleh karyawan	435
9	Perhatian yang sungguh-sungguh terhadap pelanggan tanpa memandang status social	452
10	Pemberian informasi oleh petugas jelas dan mudah dimengerti	459

3. Harapan Konsumen Mengenai Kepuasan Konsumen di Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh.

Untuk bisa memenuhi kepuasan konsumen bengkel harus bisa memenuhi apa yang diharapkan oleh para konsumen, menurut hasil kuesioner diketahui harapan konsumen Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh adalah sebagai berikut

Tabel 12
Harapan Responden tentang sensitivitas terhadap kualitas jasa

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Penting	5	93	465	93%
Penting	4	7	28	7%
Cukup Penting	3	-	-	-
Kurang Penting	2	-	-	-
Tidak Penting	1	-	-	-
Jumlah		100	493	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel 12 ternyata harapan responden mengenai peralatan service di Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh sangat penting terlihat dari persentase jumlah yang menjawab sangat penting sebesar 93% dan yang

menjawab penting ebesar 7%, dan tidak ada responden yang menjawab cukup penting, kurang penting dan tidak penting.

Tabel 13
Harapan Responden tentang faktor yang bersifat stabil dan mendorong pelayanan konsumen

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Penting	5	97	485	97%
Penting	4	3	12	3%
Cukup Penting	3	-	-	-
Kurang Penting	2	-	-	-
Tidak Penting	1	-	-	-
Jumlah		100	497	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Responden sangat mengharapkan kondisi fisik fasilitas layanan di Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh agar kondisinya selalu dalam keadaan baik, terlihat dari hasil jawaban responden pada tabel 13 yang menjawab sangat penting sebanyak 97% responden dan sianya menjawab penting sebanyak 3%, dan tidak ada responden yang menjawab cukup penting, tidak penting dan kurang penting.

Tabel 14
Harapan Responden tentang menentukan harapan meliputi kebutuhan fisik

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Penting	5	90	450	90%
Penting	4	10	40	10%
Cukup Penting	3	-	-	-
Kurang Penting	2	-	-	-
Tidak Penting	1	-	-	-
Jumlah		100	490	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Pada bagian ini untuk responden yang menjawab sangat penting jumlahnya sebanyak 90% reponden dan yang menjawab penting 10% responden, untuk responden yang memberikan jawaban cukup penting, tidak penting dan kurang penting tidak ada sama sekali. Ini mengindikasaikan bahwa konsumen sangat mengharapkan bengkel mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

Tabel 15
Harapan Responden tentang menentukan harapan meliputi kebutuhan sosial

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Penting	5	91	455	91%
Penting	4	9	36	9%
Cukup Penting	3	-	-	-
Kurang Penting	2	-	-	-
Tidak Penting	1	-	-	-
Jumlah		100	491	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Responden menilai mengenai prosedur dan durasi melayani klaim konsumen di Bengkel AHASS Gumilang Rajagaluh sangat penting untuk diperhatikan pihak bengkel, terlihat dari jumlah yang memilih sangat penting sebanyak 91% orang dan 9% orang menjawab penting, dan untuk jawaban cukup penting, kurang penting dan tidak penting, tidak ada yang memilih.

Tabel 16
Harapan responden tentang menentukan harapan meliputi kebutuhan psikologis

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Penting	5	95	475	95%
Penting	4	5	20	5%
Cukup Penting	3	-	-	-
Kurang Penting	2	-	-	-
Tidak Penting	1	-	-	-
Jumlah		100	495	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Dari tabel 16 responden yang menjawab sangat penting jumlahnya 95% responden dan yang menjawab penting jumlahnya 5% responden, untuk jawaban cukup penting, kurang penting dan tidak penting tidak ada yang memilih, hal ini menunjukkan bahwa dalam hal keinginan karyawan untuk membantu pelanggan sangat diharapkan konsumen.

Tabel 17
Harapan Responden tentang kebutuhan yang dirasakan konsumen mendasar bagi kesejahteraannya

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Penting	5	90	450	90%
Penting	4	10	40	10%
Cukup Penting	3	-	-	-
Kurang Penting	2	-	-	-
Tidak Penting	1	-	-	-
Jumlah		100	490	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Tindakan yang cepat dan tanggap dari pihak bengkel saat pelanggan membutuhkan pertolongan sangat diharapkan oleh pelanggan, ini terlihat dari persentase yang menjawab sangat penting sebesar 90% dan 10% menjawab penting, kemudian tidak ada responden yang menjawab cukup penting, kurang penting dan tidak penting.

Tabel 18
Harapan Responden tentang perhatian terhadap konsumen pada saat darurat

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Penting	5	94	470	94%
Penting	4	4	16	6%
Cukup Penting	3	2	6	-
Kurang Penting	2	-	-	-
Tidak Penting	1	-	-	-
Jumlah		100	492	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Reponden yang menjawab sangat penting pada pertanyaan harapan tentang jaminan keamanan atas motor pelanggan jumlahnya sebanyak 94%, 4 % responden menjawab penting dan 2% responden menjawab cukup penting sedangkan tidak ada responden yang menjawab kurang penting dan tidak penting, dengan begitu para konsumen sangat mengharapkan mendapatkan jaminan keamanan atas motor pelanggan pada saat di service atau diperbaiki di bengkel oleh pihak bengkel.

Tabel 19
Harapan Responden tentang pelayanan menjadi acuan
untuk menentukan baik buruknya jasa

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Penting	5	98	490	98%
Penting	4	2	8	2%
Cukup Penting	3	-	-	-
Kurang Penting	2	-	-	-
Tidak Penting	1	-	-	-
Jumlah		100	498	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Konsumen sangat mengharapkan sekali mendapat jaminan jika ada kerusakan terhadap motor mereka yang diakibatkan oleh karyawan bengkel, ini terlihat dari jumlah konsumen yang memilih jawaban sangat penting hampir mendekati 100% yaitu sebesar 98% dan 2% memilih penting dan untuk cukup penting, kurang penting dan tidak penting tidak ada yang memilih.

Tabel 20
Harapan Responden tentang factor individual yang bersifat sementara yang
meningkatkan sensitivitas konsumen terhadap kualitas

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Penting	5	80	400	80%
Penting	4	5	20	5%
Cukup Penting	3	10	30	10%
Kurang Penting	2	5	10	5%
Tidak Penting	1	-	-	-
Jumlah		100	460	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Pada pertanyaan ini yang menjawab sangat penting sebanyak 80% responden, ini merupakan jumlah jawaban sangat penting terkecil pada pertanyaan-pertanyaan tentang harapan konsumen dan untuk jawaban yang lainnya yaitu 5% responden menjawab penting, 10% responden menjawab cukup penting dan 5% responden menjawab kurang penting, kemudian tidak ada yang menjawab tidak penting. Dalam hal perhatian yang sungguh-sungguh terhadap pelanggan oleh bengkel dengan tidak mempelewatkan status social juga sangat diharapkan konsumen.

Tabel 21
Harapan Responden persepsi pelanggan tentang tingkat atau derajat keterlibatannya dalam kualitas pelayanan jasa

Skala Pengukuran	Nilai	Frekuensi	Nilai Total	Persentase(%)
Sangat Penting	5	83	415	83%
Penting	4	6	24	6%
Cukup Penting	3	9	27	9%
Kurang Penting	2	2	4	2%
Tidak Penting	1	-	-	-
Jumlah		100	470	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Dari tabel 21 tentang harapan konsumen mengenai pemberian informasi oleh petugas yang jelas dan mudah dimengerti kepada konsumen, ada 83% responden yang memilih jawaban sangat penting, 6% responden menjawab penting, 9% responden memilih cukup penting dan 2% responden memilih jawaban kurang penting seerta tidak ada responden yang memilih tidak penting, ini menunjukkan konsumen sangat mengharapkan mendapatkan informasi yang jelas dan mudah dimengerti dari pihak bengkel.

Dibawah ini disajikan hasil rekapitulasi jawaban responden terhadap pernyataan yang menjelaskan tentang Harapan Konsumen terhadap pelayanan di Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh.

Tabel 22
Rekapitulasi Jumlah Skor Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	Total Skor
1	Sensitivitas terhadap pelayanan kualitas jasa	493
2	Faktor yang bersifat stabil dan mendorong pelayanan konsumen	497
3	Menentukan harapan meliputi Kebutuhan fisik	490
4	Mnentukan harapan meliputi kebutuhan sosial	491
5	Menentukan harapan meliputi kebutuhan psikologis	495
6	Kebutuhan yang dirasakan konsumen mendasar bagi kesejahteraannya	490
7	Perhatian terhadap konsumen pada saat darurat	492
8	Pelayanan menjadi acuan untuk menentukan baik buruknya jasa	498

9	Faktor individual yang bersifat sementara (jangka pendek) yang meningkatkan sensitivitas konsumen terhadap kualitas	460
10	Persepsi pelanggan tentang tingkat atau derajat keterlibatannya dalam kualitas pelayanan jasa	470

B. Aspek Yang Harus Diperhatikan dan Diperbaiki Oleh Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Konsumen

1. Gap yang Terjadi Antara Persepsi dan Harapan Konsumen Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh Tentang Kualitas Pelayanan

Gap yang dimaksud disini adalah kesenjangan yang terjadi antara persepsi dan harapan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh kepada konsumennya.

Untuk mengetahui *gap* diawali dengan menghitung rata-rata persepsi dan harapan tiap-tiap dimensi *service quality*. Kemudian jika rata-rata setiap dimensi sudah diketahui, dilanjutkan dengan mencari kesenjangan (*Gap*) yang terjadi antara persepsi dan harapan, dengan rumus:

$$G = P - E$$

dimana : G = Kesenjangan (Gap) E = *Expectation* (harapan)
 P = *Perception* (persepsi)

a. Dimensi *Tangibles* dan *Enduring Service Intensifiers*

Tabel 23
Skor Dimensi *Tangibles* dan *Enduring Service Intensifiers*

No	Indikator Persepsi	Indikator Harapan	Skor Persepsi	Skor Harapan
1	Kondisi peralatan service	Sensitivitas terhadap pelayanan kualitas jasa	464	493
2	Kondisi fisik fasilitas layanan	Faktor yang bersifat stabil dan mendorong pelayanan konsumen	452	497
Jumlah			916	990

Sumber : Hasil Perhitungan Kuesioner

$$\text{Rata-rata Persepsi} = \frac{916}{100} = 9,16 \qquad \text{Rata-rata Harapan} = \frac{990}{100} = 9,9$$

100 merupakan jumlah responden

$$\text{Rata-rata Persepsi Dimensi } Tangibles = \frac{9,16}{2} = 4,58$$

$$\text{Rata-rata Harapan Dimensi } Tangibles = \frac{9,9}{2} = 4,95$$

2 merupakan jumlah indikator dimensi *Tangibles*

b. Dimensi *Reliability* dan *Personal Need*

Tabel 24
Skor Dimensi *Reliability* dan *Personal Need*

No	Indikator Persepsi	Indikator Harapan	Skor Persepsi	Skor Harapan
1	Kemampuan memberikan pelayanan	Menentukan harapan meliputi Kebutuhan fisik	448	490
2	Prosedur dan durasi dalam melayani klaim	Mnentukan harapan meliputi kebutuhan sosial	456	491
Jumlah			904	981

Sumber : Hasil Perhitungan Kuesioner

$$\text{Rata-rata Persepsi} = \frac{904}{100} = 9,04 \qquad \text{Rata-rata Harapan} = \frac{981}{100} = 9,81$$

100 merupakan jumlah responden

$$\text{Rata-rata Persepsi Dimensi } Reliability = \frac{9,04}{2} = 4,52$$

$$\text{Rata-rata Harapan Dimensi } Reliability = \frac{9,81}{2} = 4,905$$

2 merupakan jumlah indikator dimensi *Reliability*

c. Dimensi *Resvonsiveness* dan *Personal Need*

Tabel 25
Skor Dimensi Responsiveness dan Personal Need

No	Indikator Persepsi	Indikator Harapan	Skor Persepsi	Skor Harapan
1	Keinginan karyawan untuk membantu pelanggan	Menentukan harapan meliputi kebutuhan psikologis	466	495
2	Tindakan yang cepat dan tanggap saat pelanggan membutuhkan pertolongan	Kebutuhan yang dirasakan konsumen mendasar bagi kesejahteraannya	452	490
Jumlah			918	985

Sumber : Hasil Perhitungan Kuesioner

$$\text{Rata-rata Persepsi} = \frac{918}{100} = 9,18$$

$$\text{Rata-rata Harapan} = \frac{985}{100} = 9,85$$

100 merupakan jumlah responden

$$\text{Rata-rata Persepsi Dimensi } Resvonsiveness = \frac{9,18}{2} = 4,59$$

$$\text{Rata-rata Harapan Dimensi } Resvonsiveness = \frac{9,85}{2} = 4,925$$

2 merupakan jumlah indikator dimensi *Resvonsiveness*

d. Dimensi *Assurance* dan *Transintory Serrvice intensifiers*

Tabel 26
Skor Dimensi Assurance dan Transintory Serrvice intensifiers

No	Indikator Persepsi	Indikator Harapan	Skor Persepsi	Skor Harapan
1	Jaminan keamanan atas motor pelanggan	Perhatian terhadap konsumen pada saat darurat	414	492
2	Jaminan kerusakan motor yang diakibatkan oleh karyawan	Pelayanan menjadi acuan untuk menentukan baik buruknya jasa	435	498
Jumlah			849	990

Sumber : Hasil Perhitungan Kuesioner

$$\text{Rata-rata Persepsi} = \frac{849}{100} = 8,49$$

$$\text{Rata-rata Harapan} = \frac{990}{100} = 9,9$$

100 merupakan jumlah responden

$$\text{Rata-rata Persepsi Dimensi Assurance} = \frac{8,49}{2} = 4,245$$

$$\text{Rata-rata Harapan Dimensi Assurance} = \frac{9,9}{2} = 4,95$$

2 merupakan jumlah indikator dimensi Assurance

e. Dimensi *Emphaty* dan *Preceived Service Alternative*

Tabel 27
Skor Dimensi Emphaty dan Preceived Service Alternative

No	Indikator Persepsi	Indikator Harapan	Skor Persepsi	Skor Harapan
1	Perhatian yang sungguh-sungguh terhadap pelanggan tanpa memandang status social	Persepsi pelanggan tentang tingkat atau derajat keterlibatannya dalam kualitas pelayanan jasa	452	460
2	Pemberian informasi oleh petugas jelas dan mudah dimengerti	Faktor individual yang bersifat sementara (jangka pendek) yang meningkatkan sensitivitas konsumen terhadap kualitas	459	470
Jumlah			911	930

Sumber : Hasil Perhitungan Kuesioner

$$\text{Rata-rata Persepsi} = \frac{911}{100} = 9,11$$

$$\text{Rata-rata Harapan} = \frac{930}{100} = 9,3$$

100 merupakan jumlah responden

$$\text{Rata-rata Persepsi Dimensi Emphaty} = \frac{9,11}{2} = 4,555$$

$$\text{Rata-rata Harapan Dimensi Emphaty} = \frac{9,3}{2} = 4,65$$

2 merupakan jumlah indikator dimensi *Emphaty*

Dari uraian mengenai rata-rata tiap dimensi diatas, telah diketahui rata – rata setiap dimensi, agar lebih jelas disajikan kembali dalam tabel Gap dibawah ini:

Tabel 28
Gap Yang Terjadi Antara Persepsi dan Harapan Setiap Kualitas Pelayanan

Dimensi Persepsi	Dimensi Harapan	Rata – rata Persepsi (P)	Rata – rata Harapan (H)	Gap = P - H
<i>Tangibles</i>	<i>Enduring Service Intensifiers</i>	4,58	4,95	-0,37
<i>Reliability</i>	<i>Personal Need</i>	4,52	4,905	-0,385
<i>Responsiveness</i>	<i>Personal Need</i>	4,59	4,925	-0,335
<i>Assurance</i>	<i>Transintory Service Intensifiers</i>	4,245	4,95	-0,705
<i>Emphaty</i>	<i>Preceived Service Alternative</i>	4,555	4,65	-0,095

Sumber : Hasil Perhitungan Kuesioner

Dari tabel 30 dapat diketahui *gap* terbesar terjadi pada dimensi *Assurance* (-0,705) dan *gap* terkecil terjadi pada dimensi *Emphaty* (-0,095). Nilai *gap* seluruh dimensi Servqual diatas semuanya bernilai negatif, ini menunjukkan konsumen pada umumnya belum merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan oleh Bengkle AHASS Gumilang Motor Rajagaluh.

Dimensi *Assurance* merupakan dimensi yang diprioritas untuk segera dilakukan perbaikan oleh pihak bengkel, dimensi ini sangat diharapkan oleh konsumen dan di anggap sangat penting, namun pelaksanaannya oleh bengkel masih belum memenuhi harapan konsumen dan jika dibandingkan dengan dimensi yang lain, dimensi ini paling jauh dari hari harapan konsumen.

Dimensi *Emphaty* memiliki nilai *gap* terkecil ini menunjukkan dimensi ini sudah cukup memenuhi harapan konsumen namun masih belum sepenuhnya memenuhi apa yang diharapkan konsumen, dimensi ini minimal harus dipertahnkan pelaksanaannya tetapi lebih baik lagi jika pelaksanaannya lebih ditingkatkan demi lebih memenuhi harapan konsumen.

2. Integrasi Model Servqual dengan Diagram Kartesius

Setelah *gap* diketahui dilanjutkan dengan mengintegrasikan model servqual dengan diagram kartesius untuk mengetahui aspek atau faktor mana yang menjadi prioritas perbaikan, yang harus dipertahnkan dan yang dinilai berlebihan dalam pelaksanaan pelayanannya.

Langkah pertama menghitung rata-rata dari rata-rata persepsi (\bar{X}) atau merupakan rata-rata persepsi dari seluruh dimensi dan dihitung juga rata-rata dari rata-rata harapan (\bar{Y}) atau rata-rata harapan dari seluruh dimensi untuk mengetahui garis tengah atau pembagi pada garis persepsi (X) dan garis pembagi pada garis harapan (Y) dalam diagram kartesius.

(\bar{X}) dan (\bar{Y}) dapat diketahui dengan menjumlahkan rata-rata setiap dimensi kemudian jumlahnya dibagi banyaknya dimensi :

$$\bar{X} = \frac{4,58 + 4,52 + 4,59 + 4,247 + 4,555}{5} = 4,498$$

$$\bar{Y} = \frac{4,95 + 4,905 + 4,925 + 4,95 + 4,65}{5} = 4,876$$

Jika nilai (\bar{X}) dan (\bar{Y}) telah diketahui kemudian dilanjutkan membuat diagram kartesius untuk mengetahui faktor (indikator) mana yang menjadi prioritas perbaikan, yang harus dipertahankan pelaksanaannya dan faktor (indikator) mana yg pelaksanaannya terlalu berlebihan. Nilai untuk titik-titik pada diagram kartesius diisi dari rata-rata setiap indikator-indikator (\bar{X} dan \bar{Y}) Servqual hasil dari kuesioner, untuk lebih jelas mengetahui nilai setiap titik yang akan dimasukkan pada diagram kartesius dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 29
Rata-rata Dari Setiap Indikator Variabel

No.	Indikator Variabel X (Kualitas Pelayanan)	Indikator Variabel Y (Kepuasan Konsumen)	Penilaian Kualitas Pelayanan	Penilaian Kepuasan Konsumen	\bar{X}	\bar{Y}
1.	Kondisi peralatan service	Sensitiv terhadap kualitas jasa	464	493	4,64	4,93
2.	Kondisi fisik fasilitas layanan(bangunan, ruang tunggu, tempat duduk, meja, dll)	Faktor yang bersifat stabil dan mendorong pelayanan konsumen	452	497	4,52	4,97
3.	Kemampuan memberikan pelayanan	Menentukan harapan meliputi kebutuhan fisik	448	490	4,48	4,9
4.	Prosedur dan	Mnentukan harapan	456	491	4,56	4,91

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

	durasi dalam melayani klaim	meliputi kebutuhan sosial				
5.	Keinginan karyawan untuk membantu pelanggan	Menentukan harapan meliputi kebutuhan psikologis	466	495	4,66	4,95
6.	Tindakan yang cepat dan tanggap saat pelanggan membutuhkan pertolongan	Kebutuhan yang dirasakan konsumen mendasar bagi kesejahteraannya	452	490	4,52	4,9
7.	Jaminan keamanan atas motor pelanggan	Perhatian terhadap konsumen pada saat darurat	414	492	4,14	4,92
8.	Jaminan kerusakan motor pelanggan yang diakibatkan oleh karyawan	Pelayanan menjadi acuan untuk menentukan baik buruknya jasa	435	498	4,35	4,98
9.	Perhatian yang sungguh-sungguh terhadap pelanggan tanpa memandang status social	Faktor individual yang bersifat sementara (jangka pendek) yang meningkatkan sensitivitas konsumen terhadap kualitas	452	460	4,52	4,6
10.	Pemberian informasi oleh petugas jelas dan mudah dimengerti	Persepsi pelanggan tentang tingkat atau derajat keterlibatannya dalam kualitas pelayanan jasa	459	470	4,59	4,7
Rata – Rata (\bar{X} dan \bar{Y})					4,498	4,876

(\bar{X}) dan (\bar{Y}) nilai rata – rata setiap indikator dari 100 orang responden

Sumber : Hasil Perhitungan Kuesioner

Nilai (\bar{X}) dan (\bar{Y}) di masukan ke dalam diagram kartesius dan pembatas antar kuardan pada garis persepsi dan harapan didapat dari nilai (\bar{X}) dan (\bar{Y}).

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen terhadap satu variabel tidak

bebas atau dependen variabel secara bersama sama. Dalam hal ini analisa regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui sejauh mana Kepuasan Konsumen (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Adapun proses perhitungan analisa regresi ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS 16 for Windows, dan koefisien regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

Tabel 30
Koefisien Regresi Coefficient

Model	Unstand	Standar	t	Sig.	Correlat			
	ardized	dized			ion	Partial	Part	
	Coeffici	Coeffic	Beta		Zero	Partial	Part	
	ents	ients			order			
	B	Std.						
		Error						
1 Constant	3.658	1.504	2.432	.017				
Kualitas Pelayanan (X1) Kepuasan Konsumen (Y)	.173	.042	.450	4.149	.000	.652	.395	.315

a. Dependent Variabel : Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel koefisien regresi di atas, persamaan regresi yang dihasilkan dalam penelitian tentang pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebagai berikut :

$$Y = 3,658 + 0,173X$$

Dari persamaan linear sederhana di atas, dapat dilihat besarnya konstanta adalah 3,658, hal ini berarti harga matematis perubahan Kepuasan Konsumen (Y) pada saat semua variabel bebasnya nol adalah sebesar 3,658.

Tanda koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan variabel terikat. Koefisien regresi untuk variabel bebas X (Kualitas Pelayanan) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. Koefisien regresi variabel bebas kerja sebesar 0,173 mengandung arti untuk setiap penambahan Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan akan menyebabkan bertambahnya Kepuasan Konsumen sebesar 0,173.

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh variable bebas/independen (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat/dependen (Kepuasan Konsumen) pada Bengkel AHASS Motor Gumilang Rajagaluh Kabupaten Majalengka, maka dilakukan penghitungan sebagai berikut :

a. Kualitas Pelayanan

$$\begin{aligned} X &= \frac{f_{ml} \text{ rata-rata}}{500} \times 100\% \\ &= \frac{44.980}{500} \times 100\% \\ &= 89,9 \times 100\% \\ &= 90\% \end{aligned}$$

Jadi Kualitas pelayanan pada Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh Majalengka sudah mencapai yaitu 90% dari yang diharapkan.

b. Kepuasan Konsumen

$$\begin{aligned} Y &= \frac{f_{ml} \text{ rata-rata}}{500} \times 100\% \\ &= \frac{48.760}{500} \times 100\% \\ &= 97,52 \times 100\% \\ &= 98\% \end{aligned}$$

Jadi tingkat kepuasan konsumen pada Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh Majalengka sudah mencapai paling rendah yaitu 98% dari yang diharapkan.

Dengan demikian maka Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh Majalengka .

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan pada Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh Majalengka sudah mencapai yaitu 90% dari yang diharapkan.
2. Tingkat kepuasan konsumen pada Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh Majalengka sudah mencapai paling rendah yaitu 98% dari yang diharapkan.

3. Dengan demikian maka Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh Majalengka.
4. Secara umum kualitas pelayanan di Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh belum secara maksimal memenuhi semua apa yang diharapkan konsumen, ini terlihat dari nilai kesenjangan atau *gap* setiap dimensi Servqual semuanya masih bernilai negative (-).
5. Dimensi yang utama dan menjadi prioritas untuk segera dilakukan perbaikan kualitas pelayanannya adalah dimensi *Assurance* atau jaminan dan kepastian dengan nilai *gap* terbesar yaitu (-0,705), dimensi ini dianggap sangat penting oleh konsumen namun pelaksanaannya oleh bengkel masih belum memenuhi harapan konsumen. Sedangkan dimensi yang memiliki *gap* terkecil yaitu dimensi *Emphaty* yaitu (-0,095) dimensi ini dalam pelaksanaannya harus dipertahankan, tetapi tetap harus diperbaiki juga atau lebih ditingkatkan kualitas pelayanannya karena nilai *gap* nya masih negative (-).
6. Faktor-faktor utama yang menjadi prioritas dan harus segera dilakukan perbaikan pelaksanaan pelayanannya adalah :
 1. Jaminan keamanan atas motor pelanggan.
 2. Jaminan kerusakan motor pelanggan yang diakibatkan oleh karyawan
 3. Kemampuan memberikan pelayanan.Faktor-faktor diatas termasuk kedalam kuadran A dalam diagram kartesius yang merupakan kuadran prioritas perbaikan pelayanan terhadap konsumen.
7. Faktor-faktor yang harus dipertahankan pelaksanaannya karena dinilai sudah cukup bisa memenuhi apa yang diharapkan konsumen adalah :
 1. Kondisi peralatan service.
 2. Kondisi fisik fasilitas layanan.
 3. Prosedur dan durasi melayani klaim.
 4. Keinginan karyawan untuk membantu pelanggan.
 5. Tindakan yang cepat dan tanggap saat pelanggan membutuhkan pertolongan.Faktor-faktor diatas termasuk kedalam kuadran B dalam diagram kartesius, yang merupakan kuadran yang harus dipertahankan pelaksanaan pelayanannya.

8. Faktor yang dianggap berlebihan karena dinilai tidak begitu penting dibandingkan dengan faktor yang lainnya oleh konsumen, namun pelaksanaannya oleh Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh dilakukan dengan sangat baik adalah faktor :
 1. Perhatian yang sungguh-sungguh terhadap pelanggan tanpa memandang status sosial.
 2. Pemberian informasi oleh petugas jelas dan mudah dimengerti.Faktor-faktor diatas termasuk kedalam kuadran D dalam diagram kartesius, kuadran ini adalah kuadran yang yang dinilai pelaksanaan pelayanannya berlebihan oleh konsumen.

BIBLIOGRAFI

- Narbuko, Cholid. (n.d.). Drs dan Achmadi, Abu. H. Drs, 2005. *Metodologi Penelitian*.
- Parasuraman, Ananthanarayanan, Zeithaml, Valarie A., & Berry, Leonard L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64(1), 12.
- Supranto, Johannes. (2006). Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Tjiptono, Fandy, & Chandra, Gregorius. (2005). Service, quality & satisfaction. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Yusuf, Muhammad. (2016). Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Alfamart. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(3), 30–38.