

ISSN : 2088 - 0588

JIMMA

Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh

Vol. 12 No. 2

Edisi: Juli – Desember 2022



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

- 1. Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Pengalaman Kerja Dan Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank BTN Syariah Kota Banda Aceh**
Tuwisna, Tarmizi Gadeng & Rizki Murzani
- 2. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Di Kota Banda Aceh**
Mirza Murni
- 3. Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Fanindo Internasional Logistik Banda Aceh**
Zuraidah, Amelia Rahmi & Faizil Moviza
- 4. Pengaruh Pelatihan Pengembangan Karir Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) Region 1 Aceh**
Febyolla Presilawati
- 5. Pengaruh Penilaian Kinerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi Pada PT. Telkom Akses Aceh**
Mahyuddin, Sulfitra & Sahara Rahmadanti
- 6. Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional**
Yuslaidar Yusuf & Rahmad Hidayat
- 7. Analisis Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta Daroy Kota Banda Aceh**
Rusnaldi & Suraiya Husna
- 8. Pengaruh Kompetensi SDM, Pengembangan Karir Dan Komitmen Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor BPJS Ketenagakerjaan Banda Aceh**
Agus Ariyanto, Husnaina Mailisa Safitri & Syarifah Raihan Zakiya
- 9. PENGARUH INSENTIF DAN FASILITAS TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. ACEH MEDIA TELEVISI INDONESIA (ACEHTV) DI KABUPATEN ACEH BESAR**
Nadiya, Aida Fitri & Muhammad Irbawi
- 10. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Kota Sigli**
Suryani Murad, Nara Pristiwa & Mutia Zahara

| | | | | | |
|--------------|----------------------|--------------------|------------------------------|----------------------------|-------------------------|
| JIMMA | Volume 12 | Nomor 2 | Halaman 102 - 112 | Banda Aceh 2022 | ISSN : 2088-0588 |
|--------------|----------------------|--------------------|------------------------------|----------------------------|-------------------------|

DEWAN REDAKSI

PEMBINA

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh
2. Para Pembantu Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

Penanggung Jawab :

Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

Ketua Penyunting :

Hj. Nadiya, SE, M.Si.

Wakil Ketua Penyunting :

Zuraidah, SE, MM

Penyunting Pelaksana :

1. DR. Ramli Gadeng, M.Pd. (Univ. Syiah Kuala Banda Aceh)
2. DR. Dwi Cahyono, M.Si, Ak. (Univ. Muhammadiyah Jember)
3. DR. Sri Suyanta, M.Ag. (IAIN Ar-Raniry Banda Aceh)
4. Agus Ariyanto, SE, M.Si. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
5. Tarmizi Gadeng, M.Si. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
6. Sulfitra, S.Si, M.Si. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
7. Syamsidar, SE, M, Si, Ak. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
8. Eva Susanti, SE, M.Si, Ak. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
9. Suryani Murad, SE, M.Si. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
10. Dr. Erlinda. (Univ. Muhammadiyah Aceh)

Staff Pelaksana :

1. Editor : Husnaina Mailisa S, BM, MM.
2. Administrasi & Keuangan : Amyas, SE
3. Distribusi & Pemasaran : Rusnaldi, SE dan M.Iqbal
4. Pengelola IT : Abrar Habibi
5. Desain Cover & Layout : Luthfie

Diterbitkan Oleh:

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

Jl. Muhammadiyah No. 91 Gampong Batoh, Banda Aceh

Telp. Fax. (0651) 21023

PENGANTAR REDAKSI

Assalammu'alaikum, Wr.Wb.

Pembaca yang budiman, JIMMA (Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh) volume 12 dan nomor 1 mengulas tentang isu-isu mengenai manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran secara aktual, yang disertai kasus-kasus menarik pada perusahaan-perusahaan maupun instansi dan lembaga pemerintahan sehingga sangat relevan bagi semua pihak yang berkecimpung dalam dunia akademis maupun professional untuk memperluas wawasan keilmuan maupun mendapatkan inspirasi baru terkait isu manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran.

Ucapan terimakasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada civitas akademika di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh (UNMUHA) dan semua pihak yang telah memberikan kontribusinya secara nyata baik langsung maupun tidak langsung dalam penerbitan JIMMA Volume 11 dan Nomor 1 ini, sehingga jurnal ilmiah ini bisa hadir secara kontinyu dalam mewarnai khasanah intelektual dalam bidang manajemen di Aceh khususnya dan Indonesia pada umumnya.

Banda Aceh, Desember 2022

Pengelola

SAMBUTAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Assalammu'alaikum, Wr, Wb.

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberi Taufik, Hidayah dan Petunjuk-Nya kepada kita semua sehingga kita dapat melakukan sesuatu yang selalu mendapat Ridha dan Bimbingan-Nya. Selanjutnya salawat dan salam kita sampaikan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. yang telah membawa kita dari alam kebodohan ke alam yang berilmu pengetahuan, mengajar dan mendidik umat manusia, sehingga mampu melaksanakan berbagai usaha kegiatan, yang bermanfaat bagi nusa dan bangsa.

Pada tahun 1991 Fakultas Ekonomi didirikan melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. No. 0230/1991 Tanggal 29 April 1991 terdiri dari 2 (dua) Program Studi yaitu Program Studi Manajemen dan Akuntansi dan terakhir perpanjangan izin operasional Program Studi Manajemen berdasarkan keputusan Direktur Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional No. 1629/D/T/K-I/2009 tanggal 27 Maret 2009. Program Studi Manajemen telah memperoleh Akreditasi oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) berdasarkan surat keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 018/BAN-PT/Ak-X/S1/VIII/2007.

Untuk itu, Prodi Manajemen membuat program pengembangan penelitian ilmiah yang dilaksanakan oleh dosen, mahasiswa dan peneliti-peneliti lainnya dalam bentuk jurnal yang dinamakan Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh (JIMMA) yang diterbitkan setiap 6 bulan sekali.

Pada penerbitan Edisi Volume 11 Nomor 1 ini, kami juga menerima tulisan dan karya ilmiah guna dapat dimuat dalam penerbitan-penerbitan berikutnya. Selaku Dekan, kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan JIMMA ini.

Akhirnya kami berharap semoga jurnal ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan semoga Allah SWT selalu memberi taufik dan hidayah-Nya kepada kita sehingga mampu menerbitkan jurnal JIMMA ini dengan sebaik-baiknya. Amin.

Wassalammu'alaikum, Wr, Wb.

Banda Aceh, Desember 2022
Dekan,

Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM.

PEDOMAN PENULISAN

1. **JIMMA**, Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh yang diterbitkan oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh merupakan media untuk menerbitkan hasil penelitian yang orisinal, pemikiran dan pandangan pribadi dalam ilmu pengetahuan serta penyebarluasan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang ilmu ekonomi manajemen.
2. Judul harus ditulis secara ringkas, tetapi cukup informatif untuk menggambarkan isi tulisan. Huruf serta kata judul berupa huruf kapital.
3. Naskah dapat ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris dan ditulis rapi pada kertas berukuran A4, dan setiap lembar tulisan diberi nomor halaman dengan jumlah halaman 10-20 dengan 2 kolom dalam 1 halaman, jarak spasi 1,5 spasi. Model huruf yang digunakan adalah *Times New Roman* dengan *font* 12. Margin atas 4 cm, margin bawah 3 cm, margin kiri 4 cm, dan margin kanan 3 cm. Naskah diserahkan dalam bentuk *hard copy* dan *soft copy*.
4. Artikel yang ditulis dalam Bahasa Indonesia mencantumkan abstrak dalam Bahasa Inggris atau bahasa Indonesia. Kata kunci harus dipilih untuk menggambarkan isi artikel dan paling banyak 5 (lima) kata kunci. Kata-kata ini dapat diambil dari judul dan isi abstrak. Abstrak diketik dengan jarak 1 spasi, serta panjang abstrak tidak lebih dari 1 halaman.
5. Mencantumkan referensi yang lengkap dengan urutan sebagai berikut: nama pengarang (diurutkan secara alfabetis), tahun penerbitan, judul buku/tulisan, nama penerbit dan kota penerbit.
6. Format penulisan*) naskah adalah sebagai berikut:
JUDUL
ABSTRAK/*ABSTRACT*
BAB I : PENDAHULUAN
BAB II : TINJAUAN KEPUSTAKAAN
BAB III : METODE PENELITIAN
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN
DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR LAMPIRAN (JIKA ADA)
*) Jika naskah bukan dari hasil penelitian, format menyesuaikan
7. Nama penulis harus jelas dan lengkap (setiap penulis harus memberikan biodata singkat).
8. Alamat Redaksi “**JIMMA**” (Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh) :
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh,
Jalan Muhammadiyah No. 91 Desa, Bathoh, Banda Aceh
No. Telp/Faks . (0651) 21023, e-mail : jurnalfeunmuha@yahoo.com
9. Naskah akan seleksi dari 3 unsur, yang meliputi kebenaran isi, derajat orisinalitas, relevansi isi serta kesesuaian dengan misi jurnal.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| DEWAN REDAKSI JURNAL ILMIAH MANAJEMEN MUHAMMADIYAH ACEH... | i |
| PENGANTAR REDAKSI..... | ii |
| SAMBUTAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI..... | iii |
| PEDOMAN PENULISAN..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | v |

Jurnal

| | |
|--|---------|
| 1. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Bengkel CV Yakin Kota Banda Aceh) <i>Tuwisna, Tarmizi Gadeng & Irwansyah Putra</i> | 103-112 |
| 2. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Di Kota Banda Aceh <i>Mirza Murni</i> | 113-122 |
| 3. Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Fanindo Internasional Logistik Banda Aceh <i>Zuraidah, Amelia Rahmi & Faizil Moviza</i> | 123-132 |
| 4. Pengaruh Pelatihan Pengembangan Karir Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) Region 1 Aceh <i>Febyolla Presilawati</i> | 133-138 |
| 5. Pengaruh Penilaian Kinerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi Pada PT. Telkom Akses Aceh <i>Mahyuddin, Sulfitra & Sahara Rahmadanti</i> | 139-146 |
| 6. Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional <i>Yuslaidar Yusuf & Rahmad Hidayat</i> | 147-156 |
| 7. Analisis Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta Daroy Kota Banda Aceh <i>Rusnaldi & Suraiya Husna</i> | 157-170 |
| 8. Pengaruh Kompetensi SDM, Pengembangan Karir Dan Komitmen Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor BPJS Ketenagakerjaan Banda Aceh <i>Agus Ariyanto, Husnaina Mailisa Safitri & Syarifah Raihan Zakiya</i> | 170-178 |
| 9. PENGARUH INSENTIF DAN FASILITAS TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. ACEH MEDIA TELEVISI INDONESIA (ACEHTV) DI KABUPATEN ACEH BESAR <i>Nadiya, Aida Fitri & Muhammad Irbawi</i> | 179-184 |
| 10. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Kota Sigli <i>Suryani Murad, Nara Pristiwa & Mutia Zahara</i> | 185-192 |

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Bengkel CV Yakin Kota Banda Aceh)**

Tuwisna¹, Tarmizi Gadeng² & Irwansyah Putra³

¹Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

²Alumni Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

Email : tuwisna@unmuha.ac.id

Email : tarmizigadeng90@gmail.com

Email : irwan.putrajr@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction (a case study at the CV. Yakin workshop in Banda Aceh). The method used is the associative method which aims to determine the influence or relationship between two or more variables in a study. Determination of the sample of this study using the ancient formula. The sample used in this study were 96 consumers of CV. Yakin workshop in Banda Aceh city and were willing to be respondents. The analytical method applied is simple linear regression analysis. The results showed that service quality partially affected customer satisfaction at the CV. Yakin workshop in Banda Aceh. Increased customer satisfaction is determined by the quality of service. The better the quality of service, the greater the opportunity for the CV. Yakin workshop in Banda Aceh city in increasing customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada bengkel CV Yakin kota Banda Aceh). Metode yang digunakan adalah metode asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih dalam suatu penelitian. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan rumus purba. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 konsumen bengkel CV Yakin kota Banda Aceh dan bersedia menjadi responden. Metode analisis yang diterapkan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel CV Yakin kota Banda Aceh. Peningkatan kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan. Semakin bagus kualitas pelayanannya maka semakin besar peluang bagi bengkel CV Yakin kota Banda Aceh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan dunia otomotif terus meningkat dilihat dari produk mobil yang terus ada pembaruan model dan penambahan produk begitu juga disusul dengan produk sepeda motor yang semakin banyak di Indonesia. Hal ini di tunjukkan dengan tingkat kepadatan di jalan raya yang semakin hari terus meningkat, sehingga menimbulkan kemacetan yang berarti pengguna kendaraan bermotor mengalami kenaikan penjualan secara terus menerus meningkat dari tahun ke tahun.

Maka dari itu industri otomotif harus melakukan perkembangan di bidang jasa perbaikan dan perawatannya. Industri otomotif sangat berlomba-lomba menciptakan inovasi agar dapat meningkatkan produktifitas dan hubungan yang baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang unggul, sehingga pelanggan menjadi puas serta akan menjadi berlangganan kepada perusahaannya.

Sebagai perusahaan di bidang jasa secara umum harus mencapai aspek pelayanan dan kepuasan pelanggan yang harus dipenuhi, melalui strategi yang dimiliki setiap perusahaan pasti memiliki strategi untuk meningkatkan kinerja dalam mengunggulkan perusahaannya, sebuah perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan para pelanggan, agar setiap pelanggan dapat merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Bengkel merupakan salah satu bisnis yang bergerak untuk menjual jasa yang di bedakan ada beberapa jenis bengkel, yaitu bengkel dealer, bengkel umum, bengkel pelayanan khusus dan bengkel keliling. Bengkel resmi sendiri biasanya memiliki pelayanan secara umum yang merupakan bengkel terdaftar di dealer dan yang

mampu melakukan perawatan dan perbaikan beberapa komponen mobil tertentu. Bengkel Semacam ini dapat dipandang sebagai bengkel khusus yang menggabungkan diri menjadi sebuah bengkel yang lebih besar.

Berbeda dengan bengkel independen, bengkel ini bukan merupakan bagian dari dealer otomotif. Oleh karena itu, pelayanan yang diberikan bengkel ini tidak ditujukan untuk pelayanan dan penjualan sebuah produk otomotif yang dikhususkan, selain itu bengkel pelayanan umum biasanya memberikan pelayanan perawatan dan perbaikan untuk berbagai kendaraan tertentu.

Kunci sukses agar pelanggan memilih jasa layanan bengkel adalah dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang dia rasakan atau alami terhadap harapannya. Kepuasan tersebut dapat dicapai melalui pemberian layanan dan dukungan yang optimal kepada pelanggan.

Meningkatkan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang dibutuhkan untuk memenuhi keinginan pelanggan, (Abdul Rohman, 2017). Untuk menciptakan kualitas pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan, usaha bengkel harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, akan berdampak positif bagi bengkel, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi bengkel akan semakin positif di mata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Oleh karena itu, setiap bengkel perlu berupaya memahami nilai-nilai yang diharapkan pelanggan dan atas dasar itu kemudian berusaha

memenuhi harapan tersebut semaksimal mungkin, (Abdul Rohman, 2017).

Kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian tidaklah gampang untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Pelanggan yang dihadapi saat ini berbeda dengan pelanggan pada beberapa dasawarsa lalu. Kini pelanggan semakin terdidik dan menyadari hak-haknya. Oleh karena itu dapatlah dipahami bahwa ada kalangan pakar pemasaran yang berpendapat bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Namun tentu saja setiap perusahaan harus meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik.

Banyaknya pesaing tidak menghalangi Bengkel CV. Yakin kota Banda Aceh untuk tetap bertahan, bahkan mampu berkembang pesat sampai sekarang ini. Memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan merupakan tujuan utama dari Bengkel CV. Yakin kota Banda Aceh untuk tetap eksis didunia perbengkelan. Meskipun jumlah pelanggan bengkel CV. Yakin kota Banda Aceh cukup banyak, tidak menjamin bahwa pelanggan akan selalu loyal pada bengkel tersebut. Karena dibalik banyaknya pelanggan terkadang masih ada saja pelanggan yang merasa kurang puas (*job return*), rata-rata dalam sebulan ada 1 sampai 2 pelanggan yang merasa kurang puas terhadap layanan jasa yang diberikan.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan pada 20 pelanggan di bengkel CV. Yakin kota Banda Aceh, diperoleh informasi dari beberapa pelanggan yang menyatakan bahwa

kualitas pelayanan Bengkel CV. Yakin kota Banda Aceh sudah cukup memuaskan. Hal ini dapat dilihat dari fasilitas yang diberikan seperti ruang tunggu yang bersih dan rapi, harga spare part lebih murah dibandingkan dengan bengkel lain, pelayanan servis yang cepat dan tanggap terhadap keluhan pelanggan dan biaya servis itu sendiri relatif murah. Akan tetapi menurut pelanggan yang lainnya, pelayanan di Bengkel CV. Yakin kota Banda Aceh masih belum cukup memuaskan. Hal tersebut terjadi karena kurang tersedianya lahan parkir dan ruang tunggu yang kurang memadai, dan pelayanan yang diberikan oleh mekanik masih kurang baik terhadap pelanggan dimana terdapat beberapa mekanik yang kurang ramah dan lamban dalam melayani pelanggan. Keluhan-keluhan tersebut harus ditanggapi secepatnya oleh pihak bengkel dengan mengambil langkah-langkah yang diperlukan, sehingga pelanggan akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak bengkel.

Berdasarkan paparan di atas menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan, motivasi dan disiplin kerja faktor yang penting dalam mendukung kinerja karyawan. oleh karena itu saya tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bengkel CV Yakin Kota Banda Aceh)”**.

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan apa yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal

dari kesan yang dirasakan terhadap suatu produk. (Wulandari, 2019:4). Menurut Kotler (2018:35) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Menurut teori Supranto (2020:7) kepuasan pelanggan merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa.

Menurut Park dalam Mardikawati (2018) terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam memahami tingkat kepuasan konsumen, yaitu:

1. Kualitas Produk;
2. Kualitas Pelayanan;
3. Emosional;
4. Harga;
5. Biaya.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan wisatawan adalah sebagai berikut (Andari, 2021:41);

1. Pengorbanan waktu yang dibayarkan sesuai dengan apa yang didapatkan pengunjung;
2. Pengorbanan harga yang dibayarkan sesuai dengan apa yang didapatkan pengunjung;
3. Pengunjung bersedia untuk melakukan kunjungan kembali;
4. Pengunjung bersedia memberikan informasi dan rekomendasi kepada oranglain;

Kualitas Pelayanan

Menurut Mulyapradan (2020:26) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu kondisi yang dinamis, yang berhubungan dengan jasa/produk, manusia serta proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Untuk memenuhi atau melebihi harapan yang diinginkan diperlukan standar dalam kualitas pelayanan. Standar kualitas pelayanan merupakan pedoman bagi perusahaan

dalam memberikan pelayanan dengan baik kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan (Wiliam & Purba, 2020). Kualitas layanan merupakan perbandingan dan hasil antara persepsi dan ekspektasi pelanggan dengan kinerja layanan aktual. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan, (Lestari, 2020).

Menurut Kotler dalam Menengal (2021), kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang penjual kepada pembeli atau konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Faktor penyebab buruknya kualitas Kualitas Pelayanan menurut Fandy Tjiptono dalam Ginting (2021), faktor penyebab buruknya kualitas Kualitas Pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan salah satu karakteristik unik jasa atau layanan adalah *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan jasa dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi :
 - a. Tidak terampil dalam melayani pelanggan;
 - b. Cara berpakaian karyawan yang kurang sesuai konteks;
 - c. Tutur kata karyawan kurang sopan;

- d. Bau badan karyawan mengganggu kenyamanan pelanggan;
- e. Mimik muka karyawan selalu cemberut.
2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi keterlibatan karyawan secara insentif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas yaitu berupa tingginya variabilitas yang dihasilkan. Faktor-faktor yang biasa mempengaruhinya antara lain :
 - a. Upah rendah (umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah yang paling rendah dalam suatu perusahaan);
 - b. Pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi;
 - c. Tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi;
 - d. Motivasi kerja karyawan rendah.
3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai Karyawan *frontline* merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan. Agar para karyawan *frontline* mampu melayani pelanggan secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen (operasi, pemasaran, keuangan, dan SDM).
4. Gap komunikasi, bila terjadi gap komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas layanan. Gap-gap komunikasi bisa berupa :
 - a. Penyedia layanan memberikan janji berlebihan, sehingga tidak mampu memenuhinya;
 - b. Penyedia layanan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan;
 - c. Pesan komunikasi penyedia layanan tidak dipahami pelanggan;
 - d. Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan atau saran pelanggan.
5. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam, sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain.
6. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan bila terlampaui banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan

timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan. Selain itu, pelanggan juga bisa bingung membedakan variasi penawaran layanan baik dari segi fitur, keunggulan maupun tingkat kualitasnya.

7. Visi bisnis jangka pendek (misalnya orientasi pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya yang besar, peningkatan produktivitas tahunan, dll) bisa merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

Mahira, Hadi, dan Nasiti (2021) menjelaskan dimensi-dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. *Tangible* (Terlihat/Berwujud);
2. *Realibility* (Keandalan);
3. *Responsiveness* (Responsif);
4. *Assurance* (Jaminan);
5. Empati.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan masalah dan tujuan penelitian serta tinjauan kepustakaan maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian adalah “Diduga kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada bengkel CV Yakin kota Banda Aceh)”.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi empiris dengan pendekatan penelitian asosiatif. Dimana pengertian penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2018:14) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih, yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada bengkel CV Yakin kota Banda Aceh).

2. Horizon Waktu

Waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada Bulan November 2021 sampai dengan

selesai. Menurut Suyanto dan Susila (2015:17) dalam Valentin, Studi *One Shot* merupakan penelitian yang dilakukan dalam satu waktu tertentu dengan satu fokus. Studi *One Shot* dilakukan dengan data yang hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode harian, mingguan, atau bulanan, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian.

3. Unit Analisis

Dalam pengertian lain, unit analisis dapat diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan komponen yang diteliti. Unit analisis suatu penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahannya (Sarwono dalam Fidhatul 2020:88). Adapun unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan di bengkel CV. Yakin kota Banda Aceh. Individu merupakan unit analisis yang sering digunakan dalam penelitian sosial karena karakteristiknya unik dan beragam.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang sudah berkunjung ke bengkel CV. Yakin kota Banda Aceh yang jumlahnya tidak diketahui dikarenakan terlalu banyak. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang sudah berkunjung ke bengkel CV Yakin kota Banda Aceh. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*, yaitu pengambilan sampel didasarkan pada kenyataan bahwa mereka kebetulan berada ditempat penelitian saat penelitian sedang berlangsung dengan pertimbangan bahwa populasinya bervariasi, berbeda karakter, bersifat heterogen dan belum diketahui jumlah pastinya.

Berdasarkan teori dan perhitungan di atas, sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 96 orang pelanggan yang sudah berkunjung ke bengkel CV Yakin kota Banda Aceh.

Teknik Analisis Data

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan
a = Konstanta
X = Kualitas Pelayanan
b = Koefisien Regresi
e = *Error Term*

Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan:

1. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen, Santoso dalam Fidhatul (2020:60).

Kriteria pengujiannya adalah:

- H_a diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$,
 H_o ditolak.
- H_o diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$,
 H_a ditolak.

Hipotesis yang diuji dengan uji t statistik adalah sebagai berikut :

H_{a1} : Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel CV. Yakin Kota Banda Aceh).

H_{01} : Kualitas Pelayanan Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel CV. Yakin Kota Banda Aceh).

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Ghazali dalam Fidhatul (2020:42). Jika Koefisien Determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y, dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka akan dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah kecil terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variable bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

Padapenelitianini *R Square* yang digunakan adalah *R Square* yang sudah disesuaikan atau *Adjusted R Square* (*Adjusted R²*) dengan jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

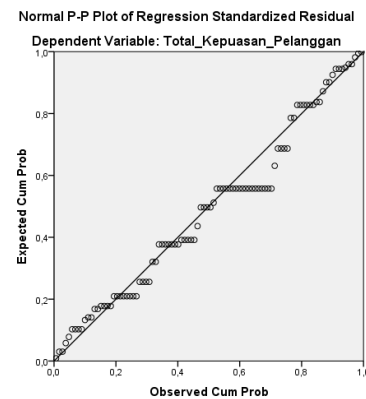
Pengujian Data

Uji validitas dilakukan untuk menguji instrumen penelitian (kuesioner) yang telah dirancang layak atau tidak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik korelasi Product Moment. Data dikatakan valid apabila hasil uji $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji reliabilitas yang digunakan adalah teknik analisis *Cronbach's Alpha*. nilai reliabilitas tes untuk variabel kualitas pelayanan (X) dengan nilai 0,830, motivasi kerja dan kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai 0,900. Seluruh variabel dalam instrumen penelitian ini memiliki

nilai nilai reliabilitas tes lebih besar dari nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,60. Hal ini berarti bahwa bahwa kuesioner penelitian yang digunakan memenuhi syarat atau reliabel/handal.

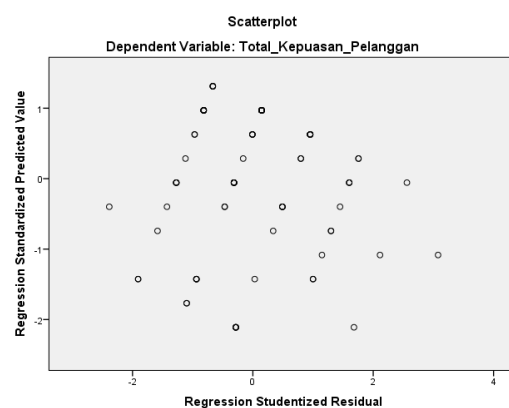
Uji Normalitas



Sumber :Hasil Penelitian (2022)

Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa data yang digunakan menunjukkan indikasi normal. Analisis dari grafik diatas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas, dan sebaliknya apabila data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber :Hasil Penelitian (2022)

Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil analisis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Sederhana

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | ,1311 | ,787 | | ,1395 | ,694 |
| Total Kualitas Pelayanan | ,840 | ,037 | ,920 | 22,805 | ,000 |

a. Dependent Variable: Total_Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa data output dari analisis regresi linier berganda yang dianalisis menggunakan SPSS maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,311 + 0,840X + e$$

Persamaan regresi diatas memiliki makna sebagai berikut:

- a. Nilai Konstanta $b_a = 1,311$

Berarti apabila variabel kualitas produk (X) tidak berubah atau dianggap konstan (bernilai 0), maka rata-rata kepasan pelanggan (Y) akan bernilai 1,311.

- b. Koefisien regresi $b_1 = 0,840$

Kualitas pelayanan (X) mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,840. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada variabel kualitas

pelayanan (X) akan menyebabkan variabel kepuasan pelanggan (Y) naik sebesar 0,840 satuan.

1. Uji t (Parsial)

Berdasarkan perhitungan statistik dengan menggunakan program SPSS yang tertera pada tabel diatas, diperoleh hasil sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan (X)

Pada variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh $t_{hitung} (22,805) > t_{tabel} (1,986)$, maka H_0 ditolak (H_a diterima), artinya variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada bengkel CV. Yakin kota Banda Aceh tingkat signifikansi 5%. Artinya semakin baik kualitas pelayanan (X), semakin tinggi kepuasan pelanggan (Y).

2. Analisis Korelasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih yaitu antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) secara serentak yang menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel X secara serentak dengan variabel Y. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Tabel 2
Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,920 ^a | ,847 | ,845 | 1,049 |

a. Predictors: (Constant), Total_Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Total_Kepuasan_Pelanggan

- a. Analisis Korelasi (R)

Menurut Sugiyono (2015), pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

- 0,00 – 0,199 = sangat rendah
- 0,20 – 0,399 = rendah
- 0,40 – 0,599 = sedang
- 0,60 – 0,799 = kuat
- 0,80 – 1,000 = sangat kuat

Adapun hasil pengujian korelasi ganda (R) dapat dilihat pada tabel 4.10 diatas diperoleh angka R sebesar 0,920. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan pelanggan (Y).

b. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Berdasarkan tabel 2 diatas, maka diperoleh koefisien determinasi yaitu sebesar 0,847 atau 84,7%. Koefisien determinasi (Uji Adjusted R^2) pada tabel diatas menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 84,7%, sedangkan 15,3% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas produk, lokasi, dan citra merek.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada bengkel CV. Yakin kota Banda Aceh), maka dapat ditarik kesimpulan yaitu “Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada bengkel CV. Yakin kota Banda Aceh)”.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka dapat diusulkan beberapa saran antara lain:

1. Bagi pemilik bengkel CV Yakin untuk lebih memperhatikan kepuasan pelanggan agar waktu yang mereka korbankan sesuai dengan manfaat yang diterima oleh bengkel CV yakin kota Banda Aceh.
2. Bagi pemilik bengkel CV Yakin disarankan lebih menguatkan lini kualitas pelayanan dengan cara meningkatkan kualitas SDM karyawan. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang ada di bengkel CV Yakin kota Banda Aceh.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat melakukan penelitian lanjutan dengan mengkaji variabel lain yang sekiranya yang belum diteliti dan berpengaruh atau berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdur Rohman (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel MR. Montir Citayam. *Skripsi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah*, h. 2.
- Ahmad, Y., Tewal, B., & Taroreh, R. N. (2019). Pengaruh Stres Kerja, Beban Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Fif Group Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- Andari, C. L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Studi kasus Pengunjung The Sila's Agrotourism. *Skripsi Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.

- Br Situngkir, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Golongan B Pada Angkutan Kapal Laut Di PT. Tri Sakti Lautan Mas Pelabuhan Bakauheni Lampung Selatan. *Doctoral dissertation*, Universitas Teknokrat Indonesia.
- Ginting, F. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Price Discount* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Reddoorz Near Mikie Holiday*. *Doctoral dissertation*, Universitas Quality Berastagi.
- Kotler dan Keller, (2018). *Marketing Management* Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Langkai, A. S., Garatu, T., & Kapui, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Bahtera Motor Tangkura. *Ekomen*, 22(1), 55-64.
- Lestari, M. M., Lie, D., Efendi, E., Halim, F., Putri, J. A., Loist, C., & Putra, L. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Bengkel Anugrah Perumnas Batu Enam. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1(1), 20-31.
- Magdalena, M. (2018) Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Kpr Btn Pada PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Cabang Padang. *Jurnal KBP Vol 2 – No. 2*, Hlm 11-19.
- Maghviro, A. N. M., Wahono, B., & Dianawati, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel HM Understell Kendaraan Roda Empat). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(17).
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Manengal, B., Kalangi, J. A., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Productivity*, 2(1), 42-46.
- Mardikawati, Woro & Farida. 2018. Pengaruh Nilai Pelanggan & Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 2, No. 1.
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 3(1), 26-38.
- Sulistiyana, R. T. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 25 No. 1*, Hlm 1-7.
- Supranto, J. (2020). *Statistika Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Tambun, B., & Mariaty, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Roda Mas Auto Prima Jalan Gatot Subroto Medan. *Jurnal Sains dan Teknologi ISTP*, 17(1), 28-42.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2019). *Pemasaran Strategik*. Edisi kedua : Yogyakarta: Andi Offset.
- William, W., & Purba, T. (2020). Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).
- Wulandari, Vonny. (2019). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan di Kenjeran Park Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 6, No, 3. Hlm 23-31.