

# **PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KUALITAS LAYANAN BENGKEL SEPEDA MOTOR DI KOTA MAKASSAR**

**Penulis I, Muhammad Nasril**

**Penulis II, Moh. Ahsan S. Mandra**

**Penulis III, Syafiuddin Parenrengi.**

**Penulis IV, Rusyadi.**

**Penulis V, Muhammad Farid.**

**Jurusan Pendidikan Teknik Otomotif, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar**

**Tahun 2021**

**Email: [muhammadnasril1022@gmail.com](mailto:muhammadnasril1022@gmail.com)**

## **ABSTRAK**

**Muhammad Nasril. 1523041022. Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Bengkel Sepeda Motor di Kota Makassar. Pendidikan Teknik Otomotif Fakultas Teknik Universitas Negeri Makassar, 2020. Pembimbing: Moh. Ahsan S. Mandra dan Syafiuddin Parenrengi.**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, bertujuan untuk: (a) Mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan Bengkel umum Sepeda Motor di kota Makassar, dan (b) Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan servis Bengkel umum Sepeda Motor di kota Makassar. Populasi dalam penelitian ini Bengkel Umum sepeda motor di kota Makassar. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan bengkel umum sepeda motor di Makassar sebanyak 100 pelanggan. Pengumpulan data menggunakan teknik angket. Data penelitian dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Hasil penelitian persepsi pelanggan kategori kurang baik sebanyak 13% dan kategori baik, 87%. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan bengkel umum sepeda motor di Kota Makassar berada pada kategori baik. Kemudian tingkat kepuasan pelanggan dengan kategori kurang memuaskan sebanyak 38% dan kategori memuaskan 62%. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan servis bengkel umum sepeda motor di Kota Makassar berada pada kategori memuaskan.

**Kata kunci : kualitas layanan bengkel.**

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini perusahaan dituntut untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang semakin maju telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan yang terjadi di antara sekian banyak perusahaan.

Oleh sebab itu, perusahaan harus memiliki keunggulan terutama dalam memuaskan pelanggan. Apabila pelanggan tidak merasa puas terhadap suatu pelayanan yang diberikan maka pelayanan tersebut dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Perusahaan harus tahu hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan dan berusaha menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan. Dalam kaitannya dengan bidang pelayanan kepada pelanggan, semua pihak yang bergerak dalam pemberian pelayanan harus menyadari bahwa keberadaan konsumen yang setia (*loyal*) merupakan pendukung untuk kesuksesan perusahaan.

Layanan yang baik merupakan daya tarik yang besar bagi pelanggan, sehingga bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat pelanggan. Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan sangat erat. Kualitas memberikan dorongan

kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti, semakin ketatnya persaingan dengan perusahaan jasa service lainnya maka upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan memperhatikan kualitas pelayanan, yang terdiri dari: *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (tanggapan), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati) (Disney 1999).

Sebagai kota metropolitan, Makassar menjadi pusat kegiatan perekonomian di daerah Sulawesi selatan dan sekitarnya. Sebagian besar penduduknya bergerak dalam bidang layanan, industri, dan perdagangan. Perkembangan kota Makassar menjadi kota Metropolitan tersebut tidak terlepas dari pengaruh aspek budaya dan sosial yang datang dari luar negeri membuat pola perilaku masyarakat Makassar berubah. Selain itu, persaingan di kalangan pengusaha semakin meningkat, salah satu diantaranya adalah persaingan di kalangan pengusaha bengkel, sepeda motor yang ada di Makassar. Sejauh ini belum diketahui bagaimana kualitas layanan bengkel sepeda motor yang ada di kota Makassar diantaranya adalah Bengkel Umum Sepeda Motor. Berdasarkan permasalahan di atas maka muncullah satu judul penelitian yang menurut saya perlu untuk diteliti yaitu **“Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Bengkel Sepeda Motor di Kota Makassar”**.

### 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan Bengkel Umum Sepeda Motor di Kota Makassar?

2. Bagaimanakah tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan servis Bengkel Umum Sepeda Motor di Kota Makassar?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan Bengkel Umum Sepeda Motor di Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan servis Umum Bengkel Sepeda Motor di Kota Makassar.

### 1.3 Manfaat Penelitian

1. Dapat menambahkan pengetahuan peneliti tentang kualitas layanan pada Bengkel Umum Sepeda Motor yang ada di Kota Makassar.
2. Dapat menjadi bahan evaluasi bagi bengkel untuk meningkatkan kualitas layanan dan tetap mempertahankan kualitas layanan apabila dianggap suda cukup berkualitas.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

### 2.1 Jenis penelitian.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif yaitu

penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data yang menyajikan, menganalisis dan menginterpretasi (Deni, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan bengkel sepeda motor yang ada di kota Makassar.

### 2.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di bengkel Umum di Kota Makassar, pada bulan Februari sampai dengan Maret 2020.

### 2.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2005). Menurut (Suhariman, 2010) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Jadi populasi penelitian ini adalah Bengkel umum Sepeda Motor, sebanyak 9 Bengkel yang ada di Kota Makassar.

#### Sampel

Menurut (Suharsiman, 2013) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Teknik sampel yang digunakan adalah *insidental sampling*. Adapun sampel dari penelitian ini sebanyak, 100 pelanggan bengkel Umum Sepeda Motor di Kakassar.

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini *Sampling Insidental*. *Sampling Insidental* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat

digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan atau cocok sebagai sumber data. Berdasarkan definisi tersebut bahwa sampel yang diperoleh seseorang peneliti secara kebetulan saja tanpa ada perencanaan terlebih dahulu dan peneliti meyakini bahwa orang tersebut layak dijadikan sumber informasi untuk penelitian. Sugiono (2015).

## 2.4 Variabel Penelitian

Yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah Persepsi pelanggan Kualitas layanan dan Bengkel sepeda motor

## 2.5 Definisi Operasional Variabel

### Persepsi Pelanggan

Persepsi adalah proses yang dilalui orang lain dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia". Dari proses memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi tersebut, seseorang akan memberi makna atau arti dalam bentuk pendapat tentang obyek benda, orang, dan situasi tertentu. Dengan demikian persepsi pelanggan dapat diartikan sebagai pernyataan pendapat pelanggan tentang suatu objek benda, orang, dan situasi tertentu.

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang pencapaiannya melalui instrument angket

atau hasil yang ia rasakan, dibandingkan dengan harapannya. (Zulian, 2005)

## Bengkel Umum Sepeda Motor

Bengkel umum sepeda motor adalah bengkel yang melayani semua jenis kendaraan sepeda motor, untuk merawat dan memperbaiki mesin-mesin sepeda motor maupun peralatan, jadi fungsi bengkel sepeda motor adalah sebagai tempat perawatan, perbaikan dan penggantian sistem sebuah mesin maupun peralatan lainnya. Bengkel pelayanan umum, merupakan bengkel independen yang mampu melakukan perawatan dan perbaikan beberapa komponen pada sebuah sepeda motor. Bengkel semacam ini dapat dipandang sebagai beberapa buah bengkel khusus yang menggabungkan diri menjadi sebuah bengkel yang lebih besar.

## 2.6 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

### 1. Angket

Data yang akan diambil adalah data kualitas layanan terhadap layanan servis Bengkel Sepeda Motor sekota Makassar. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan angket, untuk mendapatkan data tentang kualitas layanan terhadap layanan servis Bengkel sepeda motor yang ada di kota Makassar. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah lembar kuesioner. Angket yang digunakan adalah *Skala Likert* menurut (Sugiyono, 2013) "*Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial" alternatif jawaban memiliki gradasi mulai dari sangat positif sampai sangat negatif, dimana jawaban tersebut merupakan kata-kata alternatif jawaban yang digunakan dan skor masing-masing jawaban sebagai berikut:

Pertanyaan			
Positif		Negatif	
Pilihan	Bobot	Pilihan	Bobot
(SS)	4	(SS)	1
(S)	3	(S)	2
(KS)	2	(KS)	3
(TS)	1	(TS)	4

Sumber: pedoman penskoran bobot pertanyaan untuk angket (Suharsimi 2010). Langkah untuk menyusun instrumen adalah dengan menjabarkan variabel-variabel penelitian berdasarkan kajian teori dan menghasilkan butir-butir pertanyaan atau pernyataan.

### 3. HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini terdapat dua rumusan masalah yaitu Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan bengkel umum sepeda motor di kota Makassar dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan servis bengkel umum sepeda motor di kota Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan bengkel sepeda motor di Makassar.

Berikut ini diuraikan data penelitian yang meliputi rata-rata (Mean), Standar Deviasi (SD), Max, Min, selanjutnya dikategorikan.

#### 3.1 Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Bengkel umum Sepeda Motor di Kota Makassar.

Berikut tabel hasil analisis deskriptif data :

Statistic	Skor statistic
Sampel	100
Skor terendah	28
Nilai tengah	45
Skor tertinggi	64
Rata-rata	46,34
Standar deviasi	6,943

Sumber: Hasil Analisis Data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa skor tertinggi dengan jumlah sampel sebanyak 100 yang diperoleh adalah 64, nilai tengah dengan jumlah sampel 100 yang di peroleh adalah 45, skor terendah dengan jumlah sampel 100 yang diperoleh adalah 28 dengan nilai rata-rata 46,34 dan standar deviasi 6,943.

Jadi nilai rata-rata persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan bengkel di kota Makassar dengan jumlah responden 100 lebih tinggi dari nilai tengah.

Berikut ini adalah perhitungan sehingga dapat dibuat tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

#### 1. Distribusi Frekuensi

##### a. Jumlah kelas interval.

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 100 \\
 &= 7,6 = 8
 \end{aligned}$$

##### b. Rentang Data

$$\begin{aligned}
 &= 64 - 28 \\
 &= 36
 \end{aligned}$$

##### c. Panjang Kelas

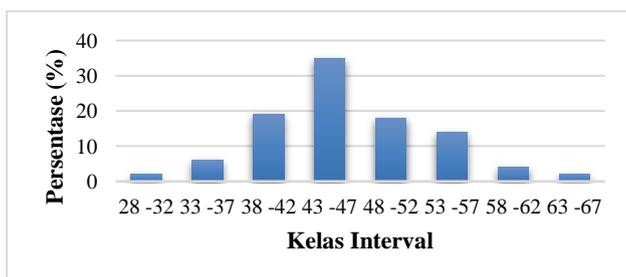
$$\begin{aligned}
 &= \text{Rentang Data} : \text{Jumlah Kelas} \\
 &= 36/7,6 \\
 &= 4,73 = 5
 \end{aligned}$$

Distribusi Frekuensi Persepsi Pelanggan Bengkel Sepeda Motor.

No.	Interval	Frekuensi	Persentase
1	28– 32	2	2%
2	33 – 37	6	6%
3	38 – 42	19	19%
4	43 – 47	35	35%
5	48 – 52	18	18%
6	53 – 57	14	14%
7	58 – 62	4	4%
8	63 – 67	2	2%
Total		100	100%

Berdasarkan di atas frekuensi paling banyak terdapat 35 responden pada kelas interval nomor 4, yang mempunyai rentang 43 - 47 dengan persentase sebanyak (35%) dan terdapat dua kelas interval kategori paling sedikit yaitu 28 – 32 dan 63 – 67, terdapat 2 responden dengan persentase sebanyak 2%

#### Diagram Batang Distribusi Frekuensi Persepsi Pelanggan.



#### Kategori Kecenderungan Persepsi Pelanggan Bengkel Sepeda Motor

No	Kategori	Rentang skor	Jumlah	Persentase
1	Sangat baik	> 48	30	30%
2	Baik	40 – 48	57	57%
3	Kurang baik	32– 39	11	11%
4	Tidak baik	< 32	2	2%
Total			100	100%

Berdasarkan atas, dapat diketahui kategori sangat baik sebanyak 30 responden dengan persentase (30%), selanjutnya kategori baik sebanyak 57 responden dengan persentase (57%), sedangkan kategori kurang baik sebanyak 11 responden dengan persentase (11%), dan kategori tidak baik sebanyak 2 responden dengan persentase (2%). Data tersebut menunjukkan bahwa kriteria kategori ksecenderungan berpusat pada kategori baik dengan perolehan sebanyak 57 dengan persentase (57%).

#### 3.2 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Servis Bengkel umum Sepeda Motor di Kota Makassar.

Berikut tabel hasil analisis deskriptif data :

Statistic	Skor statistic
Sampel	100
Skor terendah	28
Nilai tengah	44
Skor tertinggi	66
Rata-rata	44,31
Standar deviasi	8,945

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa skor tertinggi dengan jumlah sampel sebanyak 100 yang diperoleh adalah 66, skor terendah dengan jumlah sampel 100 yang diperoleh adalah 28 dengan

nilai rata-rata 44,31 dan standar deviasi 8,945.

Jadi nilai tengah kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan bengkel di kota Makassar dengan jumlah responden 100 lebih tinggi dari nilai rata-rata.

Berikut ini adalah perhitungan sehingga dapat dibuat tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

#### Distribusi Frekuensi

- a. Jumlah kelas interval.

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 100 \\ &= 7,6 = 8 \end{aligned}$$

- b. Rentang Data

$$\begin{aligned} &= \text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah} \\ &= 66 - 28 \\ &= 38 \end{aligned}$$

- c. Panjang Kelas

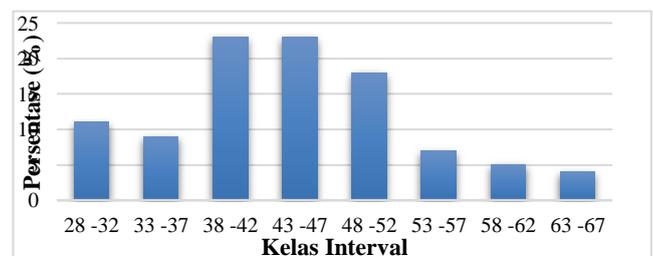
$$\begin{aligned} &= \text{Rentang Data} / \text{Jumlah Kelas} \\ &= 38 / 7,6 \\ &= 5 \end{aligned}$$

#### Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan Bengkel Sepeda Motor

No.	Interval	Frekuensi	Persentase
1	28– 32	11	11%
2	33 – 37	9	9%
3	38 – 42	23	23%
4	43 – 47	23	23%
5	48 – 52	18	18%
6	53 – 57	7	7%
7	58 – 62	5	5%
8	63 – 67	4	4%
Total		100	100%

Berdasarkan Tabel atas frekuensi paling banyak terdapat 23 responden pada kelas interval nomor 3 dan 4, yang mempunyai rentang 38 – 42 dan 43-47 dengan persentase sebanyak (23%) dan terdapat kelas interval kategori paling sedikit yaitu 63-67, terdapat 4 responden dengan persentase sebanyak 4,%.

#### Diagram Batang Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan



### Kategori Kecenderungan Kepuasan Pelanggan Bengkel Sepeda Motor

No	Kategori	Rentang skor	Jumlah	Persentase
1	Sangat memuaskan	>51	17	17%
2	Memuaskan	42,5 – 51	45	45%
3	Kurang memuaskan	34– 42	26	26%
4	Tidak memuaskan	< 34	12	12%
	Total		100	100%

Berdasarkan Tabel di atas, dapat diketahui kategori sangat memuaskan sebanyak 17 responden dengan persentase (17%), selanjutnya kategori memuaskan sebanyak 45 responden dengan persentase (45%), sedangkan kategori kurang memuaskan sebanyak 26 responden dengan persentase (26%), dan kategori tidak memuaskan sebanyak 12 responden dengan persentase (12%). Data tersebut menunjukkan bahwa kriteria kategori kecenderungan berpusat pada kategori baik dengan perolehan sebanyak 45 dengan persentase (45%).

## 4. PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan Bengkel umum Sepeda Motor di Kota Makassar. Penelitian ini terdapat dua rumusan masalah yaitu Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan Bengkel umum Sepeda Motor di Kota Makassar dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan servis Bengkel umum Sepeda Motor di kota

Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah bengkel sepeda motor di Makassar.

Menurut (Tahenrika, 2017) “persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilalui orang lain dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia”. Dari proses memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi tersebut, seseorang akan memberi makna atau arti dalam bentuk pendapat tentang obyek benda, orang, dan situasi tertentu. Dengan demikian persepsi pelanggan dapat diartikan sebagai pernyataan pendapat pelanggan tentang suatu obyek benda, orang, dan situasi tertentu.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan bagi konsumen, melalui kualitas pelayanan seorang konsumen dapat memberikan penilaian secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen. Menurut (Tjiptono, 2005) kualitas didefinisikan “Sebagai kecocokan untuk pemakaian (*fitness for use*). Definisi ini menekankan orientasi pada pemenuhan harapan pelanggan”.

### 4.1 Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas

#### Layanan Bengkel umum Sepeda Motor di Kota Makassar

Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan servis Bengkel Sepeda Motor di kota Makassar dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, di dapat bahwa yang menilai bengkel di kota Makassar kinerjanya sangat memuaskan sebanyak 30%, yang menilai kinerja memuaskan 57%, yang menilai kurang memuaskan sebanyak 11% yang menilai kineja

tidak memuaskan sebanyak 2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan bengkel sepeda motor masih mempercayai kinerja bengkel-bengkel yang ada di Kota Makassar dan masih merasa puas yakni mencapai 87%, dari persentase pelanggan yang memilih sangat memuaskan dan memuaskan.

#### **4.2 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Servis Bengkel umum Sepeda Motor di Kota Makassar**

Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan servis Bengkel Sepeda Motor di kota Makassar dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, di dapat bahwa yang menilai bengkel di kota Makassar kinerjanya sangat memuaskan sebanyak 17%, yang menilai kinerja memuaskan 45%, yang menilai kurang memuaskan sebanyak 26% yang menilai kinerja tidak memuaskan sebanyak 12%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan kualitas bengkel yang ada di kota Makassar yakni mencapai 62% dari persentase pelanggan yang memilih sangat memuaskan dan memuaskan.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan bengkel umum sepeda motor di kota Makassar berada pada kategori baik.
2. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan servis bengkel umum sepeda motor di kota Makassar berada pada kategori memuaskan

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Brady, C (2001). *Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach*. The Journal Of Marketing.
- Brian *Analisis Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan Pt. Telkomyogyakarta* (Online) (<https://eprints.uny.ac.id> diakses 22 septembes 2019)
- Corder, (1994). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan* (Online) <https://eprints.ac.id> diakses 6 Februari 2020)
- Deni D (2016). *Motode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Disney (1999) *Relationship Effort Dan Kualitas Layanan Sebagai Strategi Penguat Relationship Outcomes* (Online) (<http://puslit2.petra.ac.id>) diakses 13 Desember 2019.
- Djemari M. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Tes dan Nontes*. Yogyakarta: Mitra Cendekia Press
- Haddy U (2017). *Metodologi Penelitian untuk Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Gosyen publishing
- Farid M & Wiratmadja (2011). *Pengembangan Model Servis Quality Industry Jasa Otomotif*. Seminar nasional teknik industri
- Hurriyati (2010), *Analisis Kualitas Pelay"anan Pada Pelanggan Pt. Telkomyogyakarta* (Online) (<https://eprints.uny.ac.id> diakses 22 september 2019)
- <https://www.cermati.com/artikel/bengkel-umum-atau-bengkel-resmi-ini-cara-memilihnya>.

- Irawan H. (2007). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. (Online) (<https://scholar.google.co.id> diakses 20 oktober 2019) (<http://eprints.undip.ac.id/28644/1/Skripsi08>. diakses pada tanggal 13
- Juliansyaah. (2017) *tesis Disertasi dan Karya Ilmia* (Online) (<https://books.google.co.id/books>. diakses pada tanggal 13 september 2019).
- Juran (1998) *Analisis Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan Pt. Telkomyogyakarta* (Online) (<https://eprints.uny.ac.id>) diakses 22 september 2019
- Lupiyoadi (2001), *Service management and marketing: A customer relationship management approach* (2nd ed). Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.
- Lupiyoadi (2001), *Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan Pada Laris Sports Dan Rachman Sports Di Kota Malang* (Online)
- M. Nur Nasution (2004) *manajemen jasa terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Provitria (2017) *Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Gerai Berformat Modern Dan Gerai Berformat Tradisional* (Online) ([eprints.mercubuana-yogya.ac.id/131/](https://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/131/) diakses 22 september 2019)
- Sugihartono, (2007) *Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan Pada Laris Sports Dan Rachman Sports Di Kota Malang* (Online) (<http://eprints.umm.ac.id/42105>) diakses 22 september 2019
- Soegito (2007). *Analisis kualitas layanan service terhadap tingkat kepuasan pengguna motor suzuki pada bengkel pt sinar galesong pratama makassar* (Online) (<https://ejournal3.undip.ac.id/index>. Diakses 24 oktober 2019
- Sugiyono, (2005) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Ajisaka Motor Kudus* (Online)
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono (2015) *metodologi penelitian dan pengembangan*
- Suharismi Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Tahanrika (2017), *Analisis kualitas layanan service terhadap tingkat kepuasan pengguna motor suzuki pada bengkel pt sinar galesong pratama makassar* (Online) (<https://ejournal3.undip.ac.id/index>. Diakses 24 oktober 2019)
- Thoha (2002), ) *Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan Pada Laris Sports Dan Rachman Sports* (Online) (<http://eprints.umm.ac.id/42105> diakses 22 september 2019)
- Tjiptono (2003) *Analisis Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan Pt. Telkomyogyakarta* (Online) (<https://eprints.uny.ac.id> diakses 22 september 2019)
- Tjiptono (2005), *Pemasaran jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Vina Y, (2010). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Fuzzy Servqual Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan* (online ) (<https://www.academia.edu>) diakses 13 Desember 2019.
- Vina Y (2010), *Analisis tingkat kepuasan pelanggan dengan pendekatan fuzzy servqual dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan*. (Online) (<https://www.academia.edu>) diakses 15 Maret 2020.
- Wibowo (2014) *Analisis Pengaruh Keramahan Karyawan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Online) (<https://eprints.uny.ac.id>) diakses 22 september 2019
- Widyasmoro (2018) *Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan Pada Laris Sports Dan Rachman Sports* (Online) (<http://eprints.umm.ac.id>) diakses 22 september 2019 Yenny L (2018)

Yenny L (2018) *Analisis persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan Coffe shop asing dan coffe shop lokal* (Online) (<http://eprints.uny.ac.id>) diakses 22 september 2019).

Zeithaml B (1985) *Services marketing integrating customer focus across the firm*. New York: McGraw-Hill Companies

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services marketing integrating customer focus across the firm*. New York: McGraw-Hill Com

Zeithaml B (1985) *Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanancoffee Shop Asing Dan Coffee Shop Lokal* (online) (<http://puslit2.petra.ac.id>) diakses 13 Desember 2019.

Zulian, (2005) *manajemen kualitas produk barang dan jasa*

