



Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Bahtera Motor Tangkura

Adrianus Sugiarto Langkai¹, Timotius Garatu², Holmes kapui³

¹²³Program Studi Manajemen, Universitas Sintuwu Maroso

Abstrak: Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Bahtera Motor Tangkura. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian diperoleh: berdasarkan uji F bahwa variable bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Signifikansi 0,000 lebih kecil dari α 0,05 (sig .000<0.05). berdasarkan uji t, kelima variable penelitian (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai R² (R square) sebesar 0,538. Angka ini berarti bahwa kontribusi variable kehandalan, bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati terhadap kepuasan pelanggan sebesar 53.80% dan sisanya 46.20% ditentukan oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan.



AFILIASI:

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso, Poso, Sulawesi Tengah - Indonesia

*EMAIL KORESPONDENSI:

timotius@unsimar.ac.id

RIWAYAT ARTIKEL:

Diterima:

10 Januari 2022

Disetujui:

28 Maret 2022

Pendahuluan

Globalisasi membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis. pasar menjadi semakin luas dan peluang ada dimana-mana, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan. Persaingan yang semakin ketat terjadi di dalam dunia otomotif khususnya produk sepeda motor karena produk ini merupakan alat transportasi darat yang paling dominan banyak dimiliki dan dibutuhkan masyarakat. Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas terbaik juga ada factor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak, apalagi di Indonesia yang terdiri dari banyak pulau, sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula.



Layanan adalah kegiatan yang diarahkan untuk memastikan bahwa produk ditangani atau diperbaiki untuk memperoleh kemampuan maksimal, sedangkan dukungan adalah derajat dan perluasan layanan kepada pelanggan yang terlihat dari tersedianya petunjuk dan pelatihan (Armistead et. Al., 1999). Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap perilaku pembelian yaitu melalui kepuasan pelanggan. Melalui kepuasan itu pelanggan akan melakukan pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada orang lain.

Pengaruh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah meningkatkan kesadaran dan tuntutan masyarakat akan pelayanan yang baik, termasuk dalam hal ini adalah usaha di bidang bengkel yang akhir-akhir ini berkembang pesat., baik secara kualitas maupun kuantitas. dapat kita lihat hampir di setiap jalan raya maupun wilayah perkampungan banyak tempat-tempat yang menyediakan jasa bengkel. Dengan banyaknya usaha di bidang perbengkelan ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara satu bengkel dengan bengkel lainnya. Dengan adanya persaingan ini pula maka masing-masing bengkel berusaha meningkatkan jumlah pelanggan serta mempertahankan pelanggan agar tetap setia menggunakan jasanya dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas telah menjadi harapan dan impian bagi semua orang baik pelanggan maupun produsen.

Kepuasan pelanggan selalu berubah dari waktu ke waktu. Harapan pelanggan terhadap sebuah produk atau jasa tidak akan pernah sama, bisa naik atau bahkan bisa turun. Pelanggan yang pernah merasakan layanan atau produk berkualitas prima pasti akan mengidamkan kualitas yang sama. (bahkan lebih tinggi) ketika menggunakan produk atau jasa sejenis. Sadar akan fakta tersebut, dunia bisnis berkompetisi membuat pelanggannya lebih puas dan tak berpaling ke produk lain. Sistem pelayanan pelanggan yang mengarah ke kepuasan pelanggan diterapkan. Bahkan, banyak perusahaan yang menciptakan divisi khusus untuk menangani kepuasan pelanggan.

Landasan Teori

Pengertian pelayanan

Pelayanan menurut Tjiptono (2005) adalah sebagai berikut: “pelayanan adalah suatu sikap/cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan” Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha/kegiatan yang bersifat jasa. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan apabila dalam kegiatan-kegiatan jasa dimasyarakat terdapat kompetisi dalam usaha merebut pelanggan. Dengan adanya kompetisi akan menimbulkan dampak positif bagi perusahaan, yaitu mereka bersaing dalam pelayanan, melalui berbagai cara, teknik dan metode yang dapat menarik lebih orang menggunakan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, Tjiptono (2007). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Pengertian Jasa

Adrianus Sugiarto Langkai, Timotius Garatu, Holmes kapui
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL BAHTERA MOTOR TANGKURA

Sejumlah ahli tentang jasa telah berupaya untuk merumuskan definisi jasa, yang menuangkan pengertiannya dalam definisi yang beragam. Beberapa definisi yang beragam itu dapat dilihat dalam rumusan sebagai berikut : menurut Kotler (2010:65) merumuskan jasa sebagai berikut: aetiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepihak lain secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terkait pada suatu produk fisik”

Sedangkan Payne (2010) merumuskan jasa sebagai berikut : aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) intangible yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang – barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan dalam kondisi biasa saja muncul dan produksi suatu jasa biasa memiliki atau biasa juga tidak mempunyai kaitan dengan produk fisik”.

Karakteristik dan Macam-Macam Jasa

Jasa memiliki karakteristik yang sangat berpengaruh pada rancangan program pemasaran seperti yang dikemukakan oleh Berry L.L yang disadur oleh Nasution (2005) dalam bukunya Manajemen Jasa Terpadu, Yaitu:

- 1) *Intangible* (Tak Terwujud). Jasa tidak dilihat,, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli.
- 2) *Inseparability* (Tidak dapat dipisahkan). Barang fisik diproduksi, kemudian disimpan, selanjutnya dijual dan baru nantinya dikonsumsi, sebaliknya jasa dijual dulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi bersamaan. Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Jasa tak terpisahkan berarti bahwa jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya.
- 3) *Variability* (Bervariasi). Jasa bersifat sangat beranekaragam karena banyak variasi bentuk, kualitas jasa dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
- 4) *Perishability* (tidak tahan lama). Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan dan daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah bila permintaan selalu ada dan tetap.

Macam-macam Jasa

Menurut Paul D. Converse yang dikutip oleh Alma (2005) mengemukakan perusahaan jasa tersiri dari lima kelompok, yaitu :

- 1) Pelayanan individual (*Personalized service*). Jasa yang bersifat personal, yang tidak dapat dipisahkan dari orang yang menghasilkan jasa tersebut. Oleh sebab itu pelayanan harus ditangani sendiri oleh produsernya. Pemakaian perantara dalam hal ini tidak praktis, saluran distribusinya sangat pendek, karena penjualan langsung sangat tepat.
- 2) Pelayanan dibidang keuangan (*Financial service*) Terdiri dari : *Banking service* (bank), *Insurance Service* (asuransi), *Investement Securities* (Lembaga penanaman modal).
- 3) Pelayanan untuk masyarakat (*Public utility and transportasi service*). pelayanan Public utility meliputi perusahaan listrik dan air minum. Sedangkan transportasi

service adalah meliputi pesawat, kendaraan umum, angkutan umum, kereta api, dll.

- 4) Pelayanan dibidang hiburan (*entertainment*). Orang yang mempunyai usaha ini biasa memperoleh pendapatan yang besar karena mereka bias mempengaruhi masyarakat, melalui advertising, yang termasuk dalam kelompok ini adalah usaha-usaha dibidang olahraga, bioskop, dan hiburan lainnya.
- 5) Pelayanan di bidang hotel (*hotel service*). Hotel merupakan salah satu sarana dalam bidang kepariwisataan, maka dalam hal ini hotel perlu mengadakan kegiatan bersamaan dengan tempat-tempat rekreasi, hiburan travel biro, dll.

Pengertian Kualitas Jasa

Dalam lingkungan yang cepat berubah seperti sekarang ini, komitmen terhadap kualitas pada setiap tahap proses produksi dan penyiapan jasa memungkinkan para produsen mampu mengantisipasi dan memenuhi permintaan konsumen yang senantiasa berubah, konsep kualitas lebih dari sekedar memenuhi spesifikasi barang Barry L.L yang disadur oleh Nasiution (2005) yaitu:

- a) Tangible (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, kepegawai dan saran komunikasi.
- b) Kehandalan (reliability), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
- c) Daya tanggap (responsiveness) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d) Jaminan (assurance), mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- e) Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler (2010) mengemukakan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut: “adalah tingkat persaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya”. Selain itu menurut Tjiptono (2005) mengemukakan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut: “Menurut respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembeli atau standar kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengonsumsi prosuk bersangkutan”.

Metode Penelitian

Tehnik Analisis Data

Jenis dan Sumber Data

- a) Data Primer diperoleh dari hasil pengisian kuesioner untuk mengetahui kepasan konsumen terhadap jasa layanan Bengkel Bahtera Motor
- b) Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literature yang ada hubungannya dengan penelitian yang

Adrianus Sugiarto Langkai, Timotius Garatu, Holmes kapui
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL BAHTERA MOTOR TANGKURA

sifatnya melengkapi atau mendukung data primer (Hadi, 2000). Dalam penelitian ini data sekunder berupa data pelanggan pada Bengkel Bahtera Motor

Teknik Pengumpulan Data

- a) Kuesioner, Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup. Responden yang diambil adalah pelanggan Bengkel Bahtera Motor. Kuesioner dalam penelitian ini menanyakan tingkat persetujuan responden terhadap beberapa pertanyaan berkaitan dengan bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) terhadap kepuasan.
- b) Wawancara, Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan langsung kepada responden
- c) Observasi, Merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa Bengkel Bahtera Motor selama setahun. jumlah tersebut diambil dari Bengkel Bahtera Motor, Sample diambil dari populasi sebanyak 30 responden yang dianggap representative dari populasi.

Hasil dan Pembahasan

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Bahtera Motor di Tangkura baik secara simultan maupun secara parsial. Hasil olahan data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1: Hasil Olahan Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized <i>Coefficients</i>		Standardi <i>Coefficien</i> Beta	t	Sig
	B	Std. Error			
(Constant)	4.46	1.598		0.59	0.55
Bukti Fisik		0.173	.031		
Kehandalan	.036	1.152	.629	8.00	0.00
Daya Tanggap	.468	0.184	.159		

Adrianus Sugiarto Langkai, Timotius Garatu, Holmes kapui
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL BAHTERA MOTOR TANGKURA

Jaminanan	.135	0.131	.157	1.23	0.21
Empati	.052	0.346	.452	2.06	0.04
	0.35			2.62	0.01
				1.45	0.03

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Hasil Pengolahan regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 4.467 + 0.36X_1 + 0.468X_2 + 0.135X_3 + 0.052X_4 + 0.355X_5$ berdasarkan persamaan tersebut diperoleh Nilai Constant=34.467. koefisien regresi bukti fisik (X_1)=0.036. Koefisien regresi kehandalan (X_2) 0.468. koefisien regresi daya tanggap (X_3)=0.135. Koefisien regresi jaminan (X_4)=0.052 dan koefisien regresi empati (X_5)=0.355. Selanjutnya persamaan tersebut dapat dimkanai sebagai berikut:

- Apabila semua variabel bebas sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan sebesar 4,467.
- Koefisien regresi variabel (bukti fisik) X_1 sebesar 0.036 artinya jika sarana fisik mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.036%.
- Kofisien regresi variabel (kehandalan) X_2 sebesar 0.468 artinya jika kehandalan mengalami kenaikan (perubahan) 1% maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,468%.
- Kofisien regresi variabel (daya tanggap) X_3 sebesar 0,135 artinya jika daya tanggap mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,135%.
- Kofisien regresi variabel (jaminan) X_4 sebesar 0,052 artinya jika jaminan mengalami kenaikan 1% maka perilaku konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,052%.
- Kofisien regresi variabel (empati) X_5 sebesar 0,355 artinya jika empati mengalami kenaikan 1% maka perilaku konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,355%

Pengaruh Uji Simultan (Uji F)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi kehandalan, bukti fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepauasan pelanggan.

Model	Sum of Squares	D	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	---	-------------	---	------

Adrianus Sugiarto Langkai, Timotius Garatu, Holmes kapui
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL BAHTERA MOTOR TANGKURA

1 Regresion	60.180	5	12.036	10.0	.00
Residual	51.687	2	2.154		
Total	111.867	2			

a. Predictors: (constan), Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati

b. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji F, nilai sig F 0,000. Dibanding dengan α 0,05 (sig.000<0.05) maka dapat dikatakan bahwa variable bkti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Pengaruh Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan uji t (parsial) melalui analisis regresi linear berganda, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2: Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized <i>Coefficients</i>		Standardi <i>Coefficien</i> Beta	t	Sig
	B	Std. Error			
(Constanant)	34.46	4.736		0.59	.55
Bukti Fisik		.234	.031		
Kehandalan	.046	.176	.629	8.00	.00
Daya Tanggap	.468	.178	.159	1.23	.21
Jaminanan	.135	.230	.325		
Empati	.207	.346	.452	2.06	.04
	.355			1.35	.00
				1.45	.03

Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Adrianus Sugiarto Langkai, Timotius Garatu, Holmes kapui
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL BAHTERA MOTOR TANGKURA

- a) Pengujian Koefisien bukti fisik (X_1), Hasil uji t menunjukkan nilai probabilitas (sig t)=0.000 lebih kecil dari α 0,05 ($\text{sig t} <$) nilai ini dapat disimpulkan bahwa bukti fisik secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b) Pengujian Koefisien Kehandalan (X_2), Hasil uji t menunjukkan nilai probabilitas (sig t)=0.218 lebih kecil dari α 0,05 ($\text{sig t} <$) nilai ini dapat disimpulkan bahwa kehandalan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- c) Pengujian Koefisien Daya Tanggap (X_3), Hasil uji t menunjukkan nilai probabilitas (sig t)=0.048 lebih kecil dari α 0,05 ($\text{sig t} <$) nilai ini dapat disimpulkan bahwa daya tanggap secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- d) Pengujian Koefisien Jaminan (X_4), Hasil uji t menunjukkan nilai probabilitas (sig t)=0.007 lebih kecil dari α 0,05 ($\text{sig t} <$) nilai ini dapat disimpulkan bahwa jaminan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- e) Pengujian Koefisien empati (X_5), Hasil uji t menunjukkan nilai probabilitas (sig t)=0.039 lebih kecil dari α 0,05 ($\text{sig t} <$) nilai ini dapat disimpulkan bahwa empati secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari kelima variable penelitian (Kehandalan, Bukti Fisik, Daya Tanggap, Jaminan, Empati) semua variable berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4:3. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Mo	R	R Squ	Adjusted R square	Std. Error of the estimate	Durbin-Watson
1	.7	.538	.485	1.40995	1.2055

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas, nilai R^2 (R square) sebesar 0,538. Angka ini berarti bahwa kontribusi variable bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati terhadap kepuasan pelanggan sebesar 53.80% dan sisanya 46.20% (100%) -53.80% ditentukan oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Adrianus Sugiarto Langkai, Timotius Garatu, Holmes kapui
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL BAHTERA MOTOR TANGKURA

Nilai koefisien korelasi (R) = 0.733 atau 73.30% dapat diartikan bahwa hubungan (korelasi) variable independen (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati) terhadap kepuasan pelanggan tergolong kuat karena berada di antara (0.60 – 0.799).

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji F, nilai sig F 0,000 dibanding dengan α 0,05 (sig .000<0.05) maka dapat dikatakan bahwa variable bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.
2. Bahwa dari kelima variable penelitian (Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati) semua variable berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Koefisien determinasi sebesar 0,538. Angka ini berarti bahwa kontribusi variable bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati terhadap kepuasan pelanggan sebesar 53.80% dan sisanya 46.20% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Nilai koefisien korelasi (R) = 0.733 atau 73.30% artinya bahwa hubungan (korelasi) variable independen (kehandalan, bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati) terhadap variable dependen (kepuasan pelanggan) tergolong kuat karena berada di antara (0.60-0.799)

Berdasarkan kesimpulan di atas disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bahwa kualitas pelayanan (kehandalan, bukti fisik, ketanggapan, jaminan dan empati) kehandalan hendaknya tetap dipertahankan dan bahkan lebih ditingkatkan lagi.
2. Bahwa selain variable kualitas pelayanan yang dikemukakan diatas, Bengkel Bahtera Motor Memperhatikan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari (2005). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi, Alfabeta, Bandung Indonesia.
- Arikunto, Suharsimi, (2005). Metode Penelitian Masyarakat, Edisi Revisi, Ghalia, Indonesia.
- Armisted, Sudi, (2009). Manajemen Pemasaran Jasa, Andi Offset Jogjakarta.
- Effendy, Rustam, (2009). Pengantar Bisnis Modern, Edisi 3, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Briwijaya, Malang.
- Hadi, Sutrisno,, (2000). Metode Penelitian, Edisi ke 3, Erlangga, Jakarta.
- Hasibuan, Malayu S.P, (2000). Manajemen Sumber Daya Manusia. PT. Bumi Aksara Jakarta.
- Kotler, Philip, (2010). Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalain.Salemba Empat. Jakarta.

Adrianus Sugiarto Langkai, Timotius Garatu, Holmes kapui
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL BAHTERA MOTOR TANGKURA

- Kotler, Philip, (2005). Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi Edisi ke-2, Yazid, Yogyakarta.
- Levitt dan Tjiptono, (2007). Manajemen Pelayanan Jasa yang Berkualitas, Pustaka Jaya Elektindo, Yogyakarta.
- Payne, Adrian, (2010). Manajemen Jasa Dalam Bisnis Perbankan, Erlangga, Jakarta.
- Stanton, William J, (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran, Erlangga, Jakarta.
- Pasurathman, (2005). Perilaku Konsumen Pemasaran Jasa, Liberty, Yogyakarta.
- (2008). Kualitas Jasa, Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan, (2005). Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Faby, (2005). Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima, Andi Offset, Yogyakarta.
- (2007). Manajemen Pemasaran Jasa, Pustaka Jaya Elektindo, Yogyakarta