

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOTOR HONDA PADA PT. DAYA ANUGRAH MANDIRI PAREPARE

The Effect Of Service Quality On Honda Motorcycles Customer Satisfaction At PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare

Arfandy Dinsar

Email :fandy.dinsar@gmail.com

STIE AMSIR PAREPARE

Jalan Andi Sapada No. 11 Kota Parepare

Abstract

The purpose of this study is to determine the service quality which have a partial and simultaneous effect on Honda Motorcycles customer satisfaction at PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare. The method of analysis used is to use validity test, reliability test, multiple linear regression, partial test, simultaneous test, determination test (Rsquare). Data collection techniques in this study are the method of observation, questionnaires, interviews and documentation. In this study, the population is consumers of Honda motorcycles at PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare, amounting to 60 people. The results showed that (1) Physical Evidence (X₁), the test results shows that the value of $t = (-0.221)$ with a significance value of $0.826 > 0.05$; (2). Reliability (X₂), the test results shows that the value of $t = (-0.530)$, with a significance value of $0.598 > 0.05$; (3). Responsiveness (X₃), the test results shows that the value of $t = 5.974$, with a significance value of $0.000 > 0.05$; (4). Guarantee (X₄), the test results shows that the value of $t = 0.223$. with a significance value of $0.824 > 0.05$; (5). Empathy (X₅), the test results shows that the value of $t = 0.675$, with a significance value of $0.502 > 0.05$; (6) Physical evidence, reliability, responsiveness, guarantee and empathy have a positive effect and significant ($0.000 < 0.05$) simultaneously on customer satisfaction.

Keywords: Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Guarantee, Empathy, Customer Satisfaction

Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen motor Honda pada PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare. Metode Analisis yang digunakan adalah menggunakan uji validitas, uji realibilitas, regresi linear berganda, uji parsial, uji simultan, uji determinasi (Rsquare). Tehnik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode observasi, kuesioner, wawancara dan dokumentasi Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen motor Honda pada PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare yang berjumlah 60 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Bukti fisik (X₁) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = (-0,221)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,826 > 0,05$. (2). Keandalan (X₂) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = (-0,530)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,598 > 0,05$. (3). Daya Tanggap (X₃) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = 5,974$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$. (4). Jaminan (X₄) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = 0,223$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,824 > 0,05$. (5). Empati (X₅) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = 0,675$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,502 > 0,05$. (6). bukti fisik, keandalan, Daya Tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$) secara simultan terhadap terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare yang bergerak di bidang penjualan motor Honda, perlu memperhatikan pelayanan/jasa yang diberikan kepada konsumennya, agar dapat membuat konsumen puas terhadap pelayanan yang telah diberikan.

Dalam menghadapi persaingan dan keinginan dari konsumen untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik, maka pada saat ini PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare dituntut untuk mengedepankan kualitas pelayanan terhadap konsumen dengan cara memberikan pelayanan secara maksimal kepada konsumen, misal jika ada konsumen yang datanag sebaiknya segera dilayani karena itu merupakan strategi perusahaan, dengan penerapan kualitas pelayanan yang baik tersebut diharapkan tercapai kepuasan konsumen yang tentunya akan berdampak terhadap perkembangan PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare.

Tabel 1
Penjualan Motor Honda
PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare

Tahun	Unit (tahun)
2017	960
2018	1.010
2019	1.213

Sumber : Data penjualan PT. DAM Parepare

Berdasarkan data diatas pejualan motor Honda PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare dari tahu 2017 sampai tahun 2019 megalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan konsumen dipermudah untuk melihat dan mencari informasi produk yang ditawarkan, serta melakukan pembelian motor Honda baik secara tunai maupun kredit. Dimana setiap bulannya karyawan perusahaan ditargetkan untuk melakukan penjualan sebanyak 80 unit tapi tidak menutup kemungkinan melebihi atau kurang dari target yang telah ditentukan.

Tercapainya target penjualan perusahaan juga dapat disebabkan oleh layanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan kepada calon pembeli. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat pembelian pada perusahaan tersebut. Semua upaya yang dilakukan untuk mencapai mutu dan memberikan pelayanan yang unggul, dana tidak mempunyai arti jika tidak ada usaha untuk kepuasan konsumen.

Dari uraian di atas dijelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu alasa penting bagi perusahaan untuk dapat unggul dalam persaingan, khususnya bagi perusahaan penjualan sepeda motor Honda, disinilah pentingnya dealer untuk membantu memenuhi kebutuhan konsumen. Maka tidak salah apabila kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan pasti menjadi fokus utama dalam rangka mengembangkan perusahaan untuk mencapai tujuan.

Prusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumennya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen setelah melakukan transaksi pembelian motor merek Honda di PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada konsumen motor Honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 60 orang. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Observasi Lapangan, Wawancara, Kuesioner, studi kepustakaan mempelajari dan mengumpulkan data dengan mempelajari catatan dari pihak yang mempunyai otoritas. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, regresi linear berganda, uji parsial, uji simultan, dan uji determinasi (Rsquare).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Hasil Analisis Uji Realibilitas Variabel

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan.

Tabel 2
Hasil Analisis Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach Alpha	Kategori Reliabilitas
Bukti fisik (X_1)	0,629	Tinggi
Kehandalan (X_2)	0,661	Tinggi
Daya Tanggap (X_3)	0,841	
Jaminan (X_4)	0,772	Tinggi
Empati (X_5)	0,877	Sangat Tinggi
Kepuasan Konsumen (Y)	0,842	Sangat Tinggi

Sumber: Analisis Reliabilitas

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai Alpha pada semua variabel menunjukkan nilai *cornbach alpha* > 0,60.

2. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 3
Uji Hipotesis Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,041	1,985		2,539	,014
Bukti Fisik (X_1)	-,022	,098	-,023	-,221	,826
Kehandalan (X_2)	-,082	,155	-,073	-,530	,598
Daya Tanggap (X_3)	,687	,115	,758	5,974	,000
Jaminan (X_4)	,027	,121	,025	,223	,824
Empati (X_5)	,091	,135	,089	,675	,502

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Analisis Uji Hipotesis

a. Bukti fisik (X_1),

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Bukti fisik (X_1) menunjukkan nilai $t_{hitung} (-0,221) < t_{tabel} 2,004$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,826 > 0,05$. Dengan nilai signifikansi di atas 0,05 tersebut menunjukkan bahwa bukti fisik (X_1) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H_0 diterima.

b. Kehandalan (X_2)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kehandalan (X_2) menunjukkan nilai $t_{hitung} (-0,530) < t_{tabel} 2,004$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,598 > 0,05$. Dengan nilai signifikansi di atas 0,05 tersebut menunjukkan bahwa kehandalan (X_2) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H_0 diterima.

- c. Daya Tanggap (X_3)
 Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Daya Tanggap (X_3) menunjukkan nilai $t_{hitung} 5,974 > t_{tabel} 2,004$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa Daya Tanggap (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H_0 ditolak.
- d. Jaminan (X_4)
 Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel jaminan (X_4) menunjukkan nilai $t_{hitung} 0,223 < t_{tabel} 2,004$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,824 > 0,05$. Dengan nilai signifikansi di atas $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa jaminan (X_4) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H_0 diterima.
- e. Empati (X_5)
 Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel empati (X_5) menunjukkan nilai $t_{hitung} 0,675 < t_{tabel} 2,004$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,502 > 0,05$. Dengan nilai signifikansi di atas $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa empati (X_5) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H_0 diterima.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya.

Tabel 4
Uji Hipotesis simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	142,587	5	28,517	15,808	,000 ^b
1 Residual	97,413	54	1,804		
Total	240,000	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa F_{hitung} (F -Statistic) sebesar 15,808 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2,39 dengan nilai probabilitas 0,000 yang berarti di bawah nilai signifikan 0,05. Berdasarkan data tersebut dimana H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti variabel independen yaitu bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen motor Honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare

Tabel 5
Analisis Linear Berganda
Uji Hipotesis Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,041	1,985		2,539	,014
Bukti Fisik (X_1)	-,022	,098	-,023	-,221	,826
1 Kehandalan (X_2)	-,082	,155	-,073	-,530	,598
Daya Tanggap (X_3)	,687	,115	,758	5,974	,000
Jaminan (X_4)	,027	,121	,025	,223	,824
Empati (X_5)	,091	,135	,089	,675	,502

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Sumber : Analisis Uji Hipotesis

Berdasarkan perhitungan dengan bantuan program SPSS menggunakan *Full Model Regression* diperoleh persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 5,041 + (-0,022)X_1 + (-0,082) X_2 + 0,687 X_3 + 0,027 X_4 + 0,091 X_5$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- terdapat nilai β_0 atau nilai konstanta sebesar 5,041. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare adalah sebesar 5,041 yang berindikasi berpengaruh positif atas kualitas pelayanan yang diterima konsumen.
- Koefisien Regresi bukti fisik (X_1) sebesar (-0,022) dan bertanda negatif yang berarti bahwa bukti fisik (X_1) memiliki pengaruh yang rendah terhadap kepuasan konsumen motor honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.
- Koefisien Regresi keandalan (X_2) sebesar (-0,082) dan bertanda negatif yang berarti bahwa keandalan (X_2) memiliki pengaruh yang rendah terhadap kepuasan konsumen motor honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.
- Koefisien Regresi Daya Tanggap (X_3) sebesar 0.687 dan bertanda positif yang berarti bahwa variabel Daya Tanggap (X_3) memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen motor honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.
- Koefisien Regresi Jaminan (X_4) sebesar 0.027 dan bertanda positif yang berarti bahwa variabel jaminan (X_4) memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen motor honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.
- Koefisien Regresi empati (X_5) sebesar 0,091 dan bertanda positif yang berarti bahwa variabel empati (X_5) memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen motor honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

Tabel 6
Hasil Uji Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,771 ^a	,594	,557	1,343

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan
Sumber: Analisis Uji Hipotesis

Pada tabel di atas adalah dimana penelitian ini menggunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan atau biasa disebut $R_{Square}(R^2)$. Hasil analisis di atas diketahui bahwa nilai $R_{Square}(R^2)$ tersebut adalah 0,594 yang berarti bahwa variabel independen yaitu kualitas layanan (bukti fisik, keandalan, Daya Tanggap, jaminan dan empati) mampu menjelaskan variabel dependennya yaitu kepuasan konsumen sebesar 59,4 % sedangkan sisanya sebesar 41,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

B. Pembahasan

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang kurang memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare secara umum kurang baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan konsumen yang rendah dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dalam kelima dimensinya memiliki pengaruh yang positif ataupun negatif dan signifikan ataupun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen motor honda. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang kurang berkualitas,

maka hal tersebut tidak menciptakan kepuasan dalam diri konsumen. Sehingga nantinya dapat mengurangi minat beli konsumen pada perusahaan tersebut khususnya pada jenis motor atau produk yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

1. variabel bukti fisik (*tangible*) (X_1) memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa bukti fisik dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan peralatan, fasilitas yang memadai, penampilan karyawan dan area parkir yang luas. Dari semua itu dapat dijadikan sebagai salah satu penilaian oleh konsumen yang merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dalam pembelian motor Honda.
2. variabel keandalan (*reliability*) (X_2) memiliki pengaruh yang negative dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa keandalan dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan pelayanan maksimal, tepat dan akurat, simpatik pada konsumen dan menepati janji dalam pelayanan. Keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dinilai masih kurang sehingga memberikan kesan kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dalam pembelian motor Honda.
3. variabel daya tanggap (*responsiveness*) (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa daya tanggap dalam hal memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen, menyelesaikan masalah dan pelayanan yang cepat dan akurat serta membantu kesulitan konsumen. Daya tanggap karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen perlu dipertahankan dan menjadikan keunggulan PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dalam melayani konsumen untuk pembelian motor Honda.
4. variabel jaminan (*assurance*) (X_4) memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan gambaran bahwa jaminan dalam hal menjawab pertanyaan dan memberikan keyakinan kepada konsumen, sopan dan ramah, pelayanan dalam transaksi yang dipercaya memberikan kesan yang baik dan perlu ditingkatkan pada konsumen PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare.
5. variabel empati (*empathy*) (X_5) memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan gambaran bahwa perlunya memahami keinginan konsumen dan memberikan perhatian serta menghargai konsumen akan dengan sendirinya memberikan kesan yang baik dan perlu ditingkatkan sehubungan dengan pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian ini :

1. Bukti fisik (X_1) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = (-0,221)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,826 > 0,05$. Dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa bukti fisik (X_1) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Keandalan (X_2) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = (-0,530)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,598 > 0,05$. Dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa keandalan (X_2) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Daya Tanggap (X_3) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = 5,974$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$. Dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa daya tanggap (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Jaminan (X_4) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = 0,223$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,824 > 0,05$. Dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa jaminan (X_4) memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5. Empati (X_5) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = 0,675$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,502 > 0,05$. Dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa empati (X_5) memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
6. bukti fisik, keandalan, Daya Tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$) secara simultan terhadap terhadap kepuasan konsumen motor Honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari.2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Assauri Sofjan, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Cetakan ke-14, Jakarta : Rajawali Pers.
- Aryaduta (2014) Jurnal “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Pada PT.Daya Adicipta Wisesa Maumbi Manado*, Universitas Sam Ratulangi (UNSRAT)-Manado
- Aryani Ety Roswita (2013) Jurnal, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT.Ramayana Motor Sukarharjo*” Jawa Tengah.
- Bakhtiar Tijjang, 2018 *Konsep Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen(kasus pada mahasiswa)*. Pameungpeuk Bandung.
- Korler Philip & A.B. Susanto, 1994. *Manajemen Pemasaran*. Analisis. Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kedua belas*. Erlangga. Jakarta.
- Lovelock, Christopher H. Lauren K. Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan II. Indeks. Jakarta.
- Lupyodi, Rambatdan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2011.*Manajemen Pemasaran Jasa*.Yogyakarta: Andi
- Wildan Sulaksana. 2017.Jurnal, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogjakarta*. Yogyakarta
- , 2016.*Pemasaran, Esesnsi & Aplikasi*.Yogyakarta: Andi