

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Pencucian Mobil dan Motor LMC 338

Risdawanty¹⁾, Lati Sari Dewi²⁾

^{1,2} STIE Latifah Mubrokiyah Tasikmalaya Indonesia

Email: risdawanti12@gmail.com¹, latisaridewi02@gmail.com²

Abstract: *This study aims to find out the quality of service, consumer satisfaction and how much the influence of service quality on consumer satisfaction in LMC 338 car and motorcycle wash. The research method used is quantitative descriptive and the nature of the research is reflexive. The sampling method used the incidental sampling method, the sample determination used the lemeshow formula with a 95% accuracy rate and the sample in this study amounted to 96 people. The data analysis used was a simple linear regression analysis with the help of IBM SPSS v. 27.0 software. The results of the study show that the quality of service measured by the Likert scale is very good, consumer satisfaction is very good and based on the results of the T test that has been carried out, the quality of service has a significant effect on consumer satisfaction at LMC 338 car and motorcycle washes.*

Abstrak : *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di cucian mobil dan motor lmc 338. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan sifat penelitian bersifat refleksi. Metode pengambilan sampel menggunakan metode incidental sampling, penentuan sampel menggunakan rumus lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 orang. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan bantuan software IBM SPSS v. 27.0. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan yang diukur dengan skala likert menyatakan sangat baik, kepuasan konsumen menyatakan sangat baik dan berdasarkan hasil uji T yang telah dilakukan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di cucian mobil dan motor LMC 338.*

Keywords : *Service Quality and Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis dalam dunia usaha sekarang mengalami perkembangan yang cukup pesat terutama dibidang pelayanan dan jasa, semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang jasa maka akan mengakibatkan semakin ketatnya pula persaingan perusahaan jasa. Agar perusahaan jasa dapat bertahan dan bersaing dalam dunia bisnis, perusahaan harus memperhatikan kepuasan konsumen. Segala upaya akan dilakukan untuk menarik pelanggan dengan berbagai macam cara yang ditawarkan dalam memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik tempat yang bersih dan nyaman untuk para pelanggan.

Dalam kondisi persaingan yang ketat tersebut, hal utama yang harus diutamakan oleh perusahaan adalah pelayanan dan kepuasan konsumen agar mampu bersaing di dalam pasar yang lebih luas lagi. Menurut Kasmir (2017) Kualitas Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Oleh karena itu perusahaan harus berupaya memberikan kualitas pelayanan sebaik mungkin supaya pelanggan tetap setia. Selain pelayanan perusahaan juga harus memperhatikan kepuasan menurut Kotler dan Keller (2018, 138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas.

LMC 338 merupakan perusahaan jasa yang memiliki peranan untuk melayani kepentingan masyarakat umum terutama dibidang jasa pencucian mobil dan motor. Kendaraan roda dua atau roda empat yang sering dipakai diharapkan senantiasa bersih dan memberikan kenyamanan untuk penggunanya. Pencucian kendaraan roda dua maupun roda empat bisa dilakukan sendiri pemilik atau pemakai kendaraan. Saat pemilik atau pemakai kendaraan tersebut tidak punya waktu luang untuk mencuci sendiri, disini peran penyediaan jasa cuci kendaraan sangat dibutuhkan untuk membantu menjadikan kendaraan roda dua maupun roda empat menjadi bersih. Dalam hal pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan tentunya pelayanan itu bisa memberikan suatu kepuasan kepada konsumen. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh LMC 338 dilihat dari ketanggapan karyawan dalam melayani para pelanggannya, serta memberikan kemudahan dalam pelayanan pelanggan.

Tabel 1 Data Pencucian Motor-Mobil Daerah Panumbangan

Tahunberdiri	Nama Pencucian Mobil dan Motor	Rata-rata/Jumlah pengunjung / bulan
2010	Surya Motor Mobilindo	540
2018	Car Wash ATP Tanjung Putri	620
2018	Pencucian Mobil dan Motor LMC 338	642

Sumber : data skunder, diolah 2026

Berdasarkan data tabel di atas yang didapat dari hasil observasi awal, jumlah pengunjung Surya Motor Mobilindo perbulan memiliki pengunjung berjumlah 540, jumlah pengunjung Car Wash ATP Tanjung Putri berjumlah 620 sedangkan, Pencucian Mobil dan Motor LMC 338 memiliki jumlah pengunjung tertinggi yaitu sebanyak 642 pengunjung, meskipun Pencucian Mobil dan Motor LMC 338 merupakan pencucian mobil dan motor yang berdiri paling baru namun pencucian ini mampu bersaing dengan pencucian mobil dan motor lain di sekitaran wilayah Panumbangan.

LMC 338 telah berusaha memberikan Kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen, tetapi apakah Kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut telah memberikan kepuasan kepada para

konsumen. Jika pelayanan yang diberikan sesuai atau lebih dari apa yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa puas dan sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai yang diharapkan maka konsumen tidak merasa puas, konsumen yang tidak puas dalam arti terjadi ketidaksesuaian atau ketidakselarasan antaraharapan dengan keinginan.

Tabel 2 Data pengunjung jasa pencucian mobil dan motor LMC 338 Triwulan I

No	Bulan	Jenis kendaraan		Jumlah
		Mobil	Motor	
1	Januari	524	807	1.331
2	Februari	488	882	1.370
3	Maret	467	816	1.283
Total		1.479	2.505	3.984

Sumber : Data Skunder, diolah 2026

Berdasarkan tabel 2 dapat di lihat bahwa jumlah pengunjung jasa pencucian motor dan mobil LMC 338 cenderung mengalami naik turun di setiap bulannya. Hal ini terbukti pada Triwulan I periode 2026 pengunjung yang mencuci mobil mencapai 1.479 unit per tahunnya dan pengunjung yang mencuci motor mencapai 2.505 unit per tiga bulan.

Berdasarkan hasil observasi dan pra-survei terdapat fenomena terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa cuci mobil dan motor LMC 338 memberikan pelayanan prima yang sangat mengutamakan kenyamanan konsumen salah satunya dengan salam, sapa, keramahan, kejujuran, dan perhatian karyawan terhadap konsumen, serta memberikan fasilitas seperti taman bermain dan terapi ikan kepada konsumen agar konsumen tidak bosan menunggu. Hal tersebut diduga merupakan hal yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang dan mencuci mobil maupun motor di LMC 338.

Menurut Kotler (2018), kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat di tawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut Kasmir (2017) kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memeberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi kebutuhan dan persyaratan untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan (Aan Rahman, 2019).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa suatu kualitas pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat usaha atau kegiatan yang bersifat jasa, peranya akan lebih besar dan bersifat menentukan dalam kegiatan-kegiatan itu terdapat persaingan dalam merebut pasar atau langganan juga pimpinan. Menurut Tjiptono (2016) terdapat indikator kualitas pelayanan: 1). Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan artinya para karyawan memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan, 2). Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberi layanan dengan tanggap, yakni motivasipara karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa, 3). Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan, 4). Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan, 5). Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi”.

Menurut Kotler dan Koller (2018), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka, Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Menurut Sudaryono (2016) kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut Richard Olivier dalam Zeithaml., dkk (2018) kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Sedangkan menurut Aan Rahman (2019) kepuasan kosumen adalah respons pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kerja lainnya) dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Dari beberapa pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa kepuasan konsumen hanya terwujud berkat komitmen, persintensi, determinasi dari top manajemen dan seluruh staf perusahaan.

Indikator kepuasan konsumen adalah level kepuasan konsumens telah membandingkan jasa atau produk yang di terima sesuai dengan apa yang di harapkan. Biasanya pelanggan yang puas dengan nilai yang di berikan oleh suatu produk atau jasa akan menjadi pelanggan setia dalam waktu yang lama. Beberapa hal yang mampu di jadikan sebagai indikator dari kepuasan konsumen Menurut Tjiptono dalam Panjaitan dan Yulianti (2016) indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut: 1). Pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan

oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, 2). Kesiediaan berkunjung kembali, merupakan ketersediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, 3). Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain, merupakan kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada orang lain. Menurut Sugiyono (2019) “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang diajukan maka titik tolak untuk merumuskan hipotesis adalah rumusan masalah dan kerangka pemikiran. Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Pencucian Mobil dan Motor LMC 338. Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Pencucian Mobil dan Motor LMC.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan jenis penelitian kuantitatif. Sudaryono (2017) “Penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi yang meliputi kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan, ataupun prosedur”. Sedangkan Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode pengumpulan data dengan hipotesis yang merinci hubungan antar variabel. Bisa juga berfungsi sebagai argumentasi pembahasan atau alasan. (Creswell. ,171) jadi untuk penelitian ini menerangkan tentang hipotesis-hipotesis yang saling berhubungan.

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu refleksi. Karena penelitian ini bersifat replikasi yang berarti pengulangan atau mengadopsi variabel, indikator, dan alat analisis yang sama dengan penelitian terdahulu. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian, periode waktu, dan jumlah sampel yang digunakan. Teknik penentuan besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Incidental* dimana jumlah populasi yang seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95%.

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2} n$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

z : Nilai standar = 1,96

p : Maksimal estimasi = 50%=0,5

d : alpha (0,1) atau *sampling error* 10%

perhitungan

:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 - 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 - 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,4$$

Berdasarkan perhitungan rumus Lemeshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah sebesar 96,4 yang kemudian dibulatkan menjadi 96 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan independen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini dihitung menggunakan One Kolmogorov Smirnov yaitu membandingkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) dengan nilai signifikansi sebesar 0.05. Uji normalitas dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikasinya > 0.05, apabila < 0.05 maka data tersebut tidak normal.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		96	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	3,96579755	
Most Extreme Differences	Absolute	,082	
	Positive	,046	
	Negative	-,082	
Test Statistic		,082	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,118	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,112	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,104
		Upper Bound	,120

Test distribution is Normal.
 Calculated from data.
 Lilliefors Significance Correction.
 Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.
 Sumber : *Software IBM SPSS versi 27.0 (2026)*

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0.118 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang telah diuji berdistribusi normal. Regresi linier sederhana dilakukan untuk menguji satu variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Berikut hasil dari pengujian regresi linier sederhana

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8,135	2,578		3,155	,002
	kualitas pelayanan	,433	,077	,502	5,626	,000

Sumber : *Software IBM SPSS versi 27.0 (2026)*

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier sederhana yang telah dilakukan maka persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 8.135 + 0.433X$$

Dimana :

Y : Kepuasan Konsumen

X : Kualitas Pelayanan

a : 8.135

b : 0.433

Berdasarkan persamaan regresi diatas, dapat diketahui bahwa nilai constanta 8.135 maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) dengan adanya variabel Kualitas Pelayanan (X), yang artinya setiap mengalami kenaikan akan sebesar 0.433. Dengan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar $0.000 < 0.05$ hal ini menunjukkan regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi variabel kepuasan konsumen.

Koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara Kualitas Pelayanan (X) dengan Kepuasan Konsumen (Y) dapat menggunakan rumus *korelasi Pearson Product Moment*.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Tabel 5 interpretasi korelasi nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Tabel 6 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi
Correlations

kepuasan konsumen		kualitas pelayanan	
Pearson Correlation	kepuasan konsumen	1,000	,502
	kualitas pelayanan	,502	1,000
Sig. (1-tailed)	kepuasan konsumen	.	,000
	kualitas pelayanan	,000	.
N	kepuasan konsumen	96	96
	kualitas pelayanan	96	96

Berdasarkan hasil pengujian diatas nilai hubungan variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan variabel Kepuasan Konsumen (Y) pada LMC 338 adalah 0.502 yang berarti hubungan variabel independen dengan variabel dependen pada LMC 338 memiliki hubungan yang sedang. Keofisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel kualitas pelayanan (X) mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (Y) dan untuk melihat nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai Rsquare. Berikut hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,726 ^a	,527	,522	2,19276

Berdasarkan hasil pengujian diatas nilai Rsquare sebesar 0.527 hal ini menunjukkan bahwa tingkat keeratan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sebesar 52,7% dan sisanya 47,3% dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji T dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan uji t ini dengan membandingkan antara Thitung dengan Ttabel.

Tabel 8 Uji hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8,135	2,578		3,155	,002
	kualitas pelayanan	,433	,077	,502	5,626	,000

Berdasarkan hasil pengujian diatas, dapat diketahui nilai Thitung sebesar 5.625 dan nilai Ttabel 1.661. nilai Ttabel diperoleh dari *t-test* dengan $\alpha = 0.05$ dengan drajat kebebasan (df) $n-k$ atau $96-1-1 = 94$, sehingga diperoleh nilai Ttabel sebesar 1.66. Variabel Kualitas Pelayanan (X) memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang artinya signifikan. Sedangkan Thitung $>$ Ttabel ($5.625 > 1.66$), artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Cucian Mobil dan Motor LMC 338.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Pencucian Mobil dan Motor LMC 338. Berdasarkan hasil perhitungan dari 96 responden dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada Cucian Mobil dan Motor LMC 338 berada pada klasifikasi sangat baik. Dengan nilai tertinggi pernyataan sebesar 426 dan nilai terendah 397. Berdasarkan hasil perhitungan semua indikator Kepuasan Konsumen (Y) menghasilkan jumlah skor sebesar 2.433. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Cucian Mobil dan Motor LMC 338 adalah sangat baik. Dengan nilai tertinggi pernyataan sebesar 413 dan nilai terendah sebesar 399. Berdasarkan hasil pengujian statistik menggunakan *Software IBM SPSS V.27.0* analisis regresi linier sederhana menghasilkan nilai constanta sebesar 8.135 dan koefisien regresi variabel independen sebesar 0.433. Sedangkan nilai koefisien korelasi sebesar 0.502 yang menunjukkan hubungan antar variabel sedang. Koefisien derminasi memperoleh nilai sebesar 0.527 yang menunjukkan tingkat keeratan antara variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 47,3%. Uji hipotesis menghasilkan nilai Thitung sebesar 5.625 dan nilai Ttabel 1.661 yang menunjukkan nilai Thitung $>$ Ttabel ($5.625 > 1.66$) dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ yang artinya H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Cucian Mobil dan Motor LMC 338.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, Malayu. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT.Bumi Aksara.
- Kotler & Armstrong, (2008) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Hasibuan, Malayu. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT.Bumi Aksara.
- Kotler & Armstrong, (2008) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Setiana, Adi Robith. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : Manggu Makmur Tanjung Lestari.

- Sujarweni, V. Wiratna. 2019. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono .(2018). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif R&D*. Jakarta :Alfabeta.
- Sugiyono.(2019). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif R&D*. Jakarta. Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2019. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono dan Chandra, (2016), *Service, Quality, dan Satisfaction*, Yogyakarta: Andi
- Rahman, Aan.(2019). *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Yudha Swalayan Jakarta*. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*. 4(2), 257-264
- Syamsurizal (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Buana Eka Cipta Sarana Teknik Jakarta*. *Jurnal Lentera Bisnis*. 7(2) 139-15
- Armaniah, Hanny. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahhas Honda Tangerang*. *Jurnal Ilmu Penelitian Manajemen*. 2(2) 62-72
- Otoluwa, Hari Agung Susanto Narto Irawan (2020) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Astra Internasional Tbk Honda Cabang Marcos*. *Jurnal Brand* 2 (1) 132-146
- Ludviyatus Dkk (2018) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi*. *Jurnal Pendidikan*. 12(1) 15-25
- Wardiman, Rahman. (2020). *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Klinik Dokter Dadang Ciawi*. Skripsi. Ekonomi, Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Maubarokiyah Suryalaya