

Pengaruh Service Quality (Kualitas Pelayanan) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel Faisal Kabupaten Gowa

The Effect of Service Quality on Customers Satisfaction of Service Users Faisal Workshop Gowa Regency

Anisya Namira Syahrial¹, Haedar Akib², Andi Mahdiana Mardatilla³, Syarifuddin⁴

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum,
Universitas Negeri Makassar^{1,2,3,4}

Email: nisnamnamira28@gmail.com¹, andimahdiana123@gmail.com^{3*}

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa servis Bengkel Faisal Kabupate Gowa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan kuesioner. Dalam penelitian ini sampel yang dipakai menggunakan rumus Yamane, yaitu sebanyak 96 pelanggan dari 1.843 populasi pelanggan Bengkel Faisal ditahun 2020 hingga pertengahan tahun 2021. Data yang diperoleh dari hasil penelitian diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS 25 yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data deskriptif dan analisis statistik inferensial. Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa pada setiap variabel yang digunakan tersebut, yang mana pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini berada pada kategori baik. Sedangkan untuk indikator pada variabel kepuasan pelanggan menunjukkan pada kategori sangat baik. Berdasarkan hasil analisis statistik infrensial diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan pada tabel korelasi pearson sebesar 0,559 yang artinya terdapat hubungan yang sedang/cukup diantara kedua variabel tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Bengkel Faisal Kabupaten Gowa.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction of service users Faisal Workshop Gowa Regency. This study uses quantitative methods. Data collection techniques

used are observation and questionnaires. In this study the sample used using the Yamane formula, which was 96 customers from 1,843 Faisal Workshop customer population in 2020 to mid 2021. The data obtained from the research results were processed using the SPSS 25 application which consisted of validity and reliability tests, data analysis techniques descriptive and inferential statistical analysis. The results obtained indicate that for each of the variables used, the service quality variable indicates that the indicators used in this study are in the good category. As for the indicators on the customer satisfaction variable, it shows in the good category. Based on the results of the inferential statistical analysis obtained a significant value of $0.000 < 0.05$ and the Pearson correlation table is 0.559, which means that there is a moderate/sufficient relationship between the two variables. So it can be concluded that there is a significant influence between service quality on customer satisfaction of service users Faisal Workshop Gowa Regency.

Keywords : *Service Quality, Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis tidak dapat dipisahkan dari perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan masyarakat. Dalam hal ini pada dunia bisnis menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja bisnisnya agar dapat bersaing di pasarannya masing-masing. Salah satu bisnis yang merasakan ketatnya persaingan saat ini ialah bisnis pada bidang otomotif, dapat dilihat dari banyaknya *brand* otomotif yang terus menciptakan inovasi, selain itu jumlah pengguna kendaraan terkhusus mobil terus meningkat. Data dari Ditlantas Polda (Direktorat Lalu Lintas Polisi Daerah) Sulawesi Selatan, menunjukkan bahwa tercatat sebanyak 236.252 pengguna kendaraan beroda empat (mobil penumpang) (Badan Pusat Statistik, 2013). Dengan melihat jumlah pengguna kendaraan roda empat per tahunnya, berdasarkan database Polda Sulsel pertumbuhan kendaraan yang telah terregistrasi, tiap tahunnya meningkat, yaitu sebanyak 6 (enam) persen, dan menjadi gambaran peningkatan jumlah kendaraan yang terus-menerus meningkat (Arbab, 2018).

Berdasarkan data-data di atas, hal tersebut berdampak pada pelaku bisnis dibidang otomotif yaitu jasa servis bengkel, yang mana pada penggunaan mobil diperlukan perawatan khusus guna memperpanjang masa penggunaan mobil, juga diperlukan dalam memastikan harga jual mobil tetap bernilai tinggi, serta tetap nyaman ketika digunakan. Dengan melihat jumlah kendaraan dan kebutuhan pengguna mobil menggunakan jasa servis, maka hal tersebut akan berdampak pula pada peningkatan jumlah konsumen dan jumlah pesaing dibidangnya. Berkaitan dengan itu maka diperlukan strategi, dalam hal ini peningkatan kualitas yang perlu ditekankan untuk memenuhi kepuasan pelanggan serta dalam menjalin ikatan kuat dengan pelanggan, maka bisnis yang dijalankan harus

memberikan dorongan berupa kualitas. Inti kelangsungan hidup sebuah perusahaan yaitu kualitas, dimana hal tersebut ditentukan oleh produk atau jasa yang diberikan kepada pelanggannya. Kotler, (2008, hal. 83) mengemukakan bahwa "pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun".

Dalam perspektif TQM (*Total Quality Management*), kualitas dipandang secara lebih luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, namun juga meliputi proses, lingkungan, dan manusia. Menurut (Tjiptono, 2005) kualitas layanan adalah tingkat kehebatan yang normal dimana komando atas tingkat kehebatan yang berarti mampu menangani masalah klien. Adapun unsur-unsur kualitas pelayanan menurut Gronroos (Arief, 2007) terdiri dari tiga komponen yaitu: 1) *technical quality*, merupakan komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Adapun menurut Parasuraman (1985) *technical quality* dapat diperinci lagi sebagai berikut. a) *search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga. b) *experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi jasa. Contohnya, ketepatan waktu, kecepatan, pelayanan, dan kerapian hasil. c) *credence quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengonsumsi suatu jasa. Misalnya, kualitas operasi jantung. 2) *functional quality*, merupakan komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa. 3) *corporate image*, yaitu profil, reputasi, citra umum, daya tarik khusus suatu perusahaan. Keputusan seorang pelanggan untuk mengonsumsi atau tidak mengonsumsi suatu barang-jasa dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya ialah pandangannya terhadap kualitas pelayanan. Adapun indikator kualitas pelayanan sebagai ukuran kepuasan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan menurut Zeithaml-Parasuraman-Berry (Arief, 2007) ialah, 1) *tangibles* (kualitas pelayanan berupa sarana fisik perusahaan (lokasi, administrasi, ruang tunggu, dll)). 2) *reliability* (kemampuan dan keandalan pelayanan dapat dipercaya). 3) *responsiveness* (pelayanan cepat, tepat, dan tanggap terhadap keinginan pelanggan). 4) *assurance* (sikap ramah dan sopan santun karyawan dalam meyakinkan pelanggan). 5) *empathy* (perhatian serta bersikap tegas dalam melayani pelanggan).

Selanjutnya, menurut (Kotler & Armstrong, 2001) memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Hal yang sama dikemukakan oleh Tjiptono (Alfajar et al., 2019) bahwa kualitas pelayanan dimulai dari apa yang dibutuhkan pelanggan dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan, dalam hal ini dengan adanya kualitas pelayanan yang baik pada suatu perusahaan maka akan menciptakan kepuasan pada pelanggannya.

Menurut Giese dan Cote (Tjiptono & Diana, 2019, hal. 117) "kepuasan pelanggan merupakan kondisi biologis yang dialami konsumen manakala emosi seputar ekspektasinya yang tidak terkonfirmasi berpadu dengan perasaannya sebelum mengkonsumsi barang atau jasa yang dibeli". Adapun ciri-ciri kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Kotler (Rohman, 2017, hal. 9) 1) menjadi setia. 2) membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa yang ada. 3) memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produk atau jasa. 4) kurang memberikan perhatian pada merek, iklan dan kurang sensitif terhadap harga. 5) memberikan gagasan produk atau jasa pada perusahaan. 6) memberikan biaya pelayanan yang lebih kecil dari pada pelanggan karena transaksi menjadi menurun. Menurut Hawkins dan Lonney (Fadhillah, 2019) indikator pada kepuasan pelanggan terdiri dari 1) kesesuaian harapan, tingkat kesesuaian antara kinerja produk atau jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi: a) produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. b) pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. c) fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. 2) minat berkunjung kembali, kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi: a) berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan karyawan memuaskan. b) berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk. c) berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai. 3) kesediaan merekomendasikan, kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi: a) menyarankan kepada kerabat atau teman untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan. b) menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai. c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi barang atau jasa. Dalam hal mengukur tingkat kepuasan pelanggan sangat diperlukan, walaupun pada prosesnya tidak semudah mengukur satuan sebuah berat ataupun tinggi, oleh karena itu menurut (Supranto, 2011) alat yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan ialah melalui daftar pertanyaan atau pernyataan (kuesioner).

Bengkel Faisal dalam proses kerjanya yang mana bergerak pada bidang jasa harus memperhatikan kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Dalam hal ini dapat disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam mempertahankan sebuah bisnis juga dalam memenangkan sebuah persaingan. Dapat

pula dikatakan bahwa pelanggan merupakan tolak ukur kelangsungan hidup bagi perusahaan khususnya yang bergerak pada bidang jasa, yang mana pemasukan utamanya ialah jumlah pelanggan yang dimiliki.

Pada hasil observasi yang dilakukan peneliti, pada proses kerjanya Bengkel Faisal mendapatkan *job return* (pengembalian pekerjaan) rata-rata sebanyak 1-2 perbulannya. Berkaitan dengan hal tersebut jika pada pelayanan dan hasil yang diterima pelanggan memuaskan serta jauh dari harapannya maka terdapat peluang pelanggan akan kembali lagi ke Bengkel Faisal dan menjadi pelanggan setia, apabila sebaliknya maka pelanggan akan mengeluhkan ketidak puasannya yang dimana membutuhkan peran pihak bengkel untuk mampu menangani keluhan pelanggan. Berdasarkan latar belakang diatas, dengan melihat masalah yang ada pada Bengkel Faisal. Maka peneliti tertarik melakukan penelitian dalam hal ini untuk mengetahui pengaruh suatu kualitas pelayanan dalam mewujudkan kepuasan pelanggan, dengan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Service Quality (Kualitas Pelayanan) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Bengkel Faisal Kabupaten Gowa*”.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian statistik deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2017) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan Bengkel Faisal pada tahun 2020 dan 2021 dengan jumlah 2.123 pelanggan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel Yamane. Maka di dapatkan sampel sebanyak 96 orang yang akan di gunakan dalam penelitian ini. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif statistik dengan melakukan uji validitas dan reliabel serta analisis statistik inferensial dengan menggunakan uji normalitas, analisis regresi linear sederhana dan uji korelasi product moment.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Kualitas Pelayanan Pada Bengkel Faisal Kabupaten Gowa

Kualitas pelayanan diukur menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Zeithaml-Parasuraman-Berry (Arief, 2007) yaitu *Tangibles* (sarana fisik perusahaan), *Reliability* (kemampuan dan keandalan pelayanan), *Responsiveness*

(kesanggupan dan ketanggapan pelayanan), *Assurance* (kemampuan meyakinkan pelanggan), dan *Empathy* (empati). Indikator-indikator tersebut tertuang didalam 17 pernyataan pada kuesioner yang telah dibagikan kepada responden yaitu pelanggan Bengkel Faisal dengan menggunakan lima pilihan jawaban. Adapun hasil analisis deskriptif menunjukkan kualitas pelayanan pada Bengkel Faisal adalah sebagai berikut: a) *tangibles* (sarana fisik perusahaan) berdasarkan skor tabel hasil pengolahan data dengan menggunakan tingkat pencapaian responden pada indikator variabel kualitas pelayanan ini menunjukkan hasil penelitian yang mendapatkan skor persentase sebesar 82,79% dengan kategori baik, dimana pelanggan yang dijadikan responden mayoritas memilih setuju pada setiap pernyataan indikator. b) *reliability* (kemampuan dan keandalan pelayanan) berdasarkan skor tabel hasil pengolahan data dengan menggunakan tingkat pencapaian skor pada indikator ini, menunjukkan hasil persentase skor sebesar 84,03% dengan kategori tingkat capaian baik, dimana pelanggan sebagai responden penelitian ini paling banyak memilih jawaban sangat setuju pada keseluruhan pernyataan indikator ini. c) *responsiveness* (kesanggupan dan ketanggapan pelayanan) berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini dengan menggunakan tingkat capaian responden, menunjukkan skor indikator Responsiveness sebesar 84,31%, yang mana pada tingkat capaian responden berada pada kategori baik. Hal ini pada total jawaban responden memilih sangat setuju dan setuju seimbang pada keseluruhan pernyataan indikator. d) *assurance* (kemampuan meyakinkan pelanggan) berdasarkan tabel hasil pengolahan data dengan menggunakan tingkat capaian responden, skor pada indikator Assurance diperoleh skor persentase sebesar 78,54% yang mana merujuk pada kategori baik. Adapun pelanggan sebagai responden pada penelitian ini lebih banyak atau didominasi dengan pilihan jawaban setuju. e) *empathy* (empati) berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat capaian responden berada pada kategori sangat baik dengan persentase sebesar 83,23%. Hal ini dilihat dari jawaban pelanggan sebagai responden penelitian yang sebagian besar memilih jawaban setuju. Berdasarkan uraian tersebut, menunjukkan bahwa tingkat pencapaian rata-rata yang diperoleh dari keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel kualitas pelayanan pada Bengkel Faisal sebesar 82,33% berada pada kategori baik. Hal ini juga didukung pendapat Zeithaml, (1988) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah pandangan pelanggan terhadap kelebihan suatu jasa secara menyeluruh.

2. Tingkat Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Kota Makassar

Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan diukur menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Hawkins dan Lonney (Fadhillah, 2019) yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Indikator-indikator tertuang dalam 9 pernyataan kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan Bengkel Faisal, dalam hal ini sebagai responden penelitian. Adapun hasil analisis deskriptif kepuasan pelanggan Bengkel Faisal adalah sebagai berikut: a) kesesuaian harapan, berdasarkan tabel hasil pengolahan data dengan menggunakan tingkat pencapaian responden pada indikator kesesuaian harapan, hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat capaian persentase skor sebesar 85,49% dengan kategori sangat baik. Adapun para pelanggan yang dijadikan sebagai responden, sebagian besar memilih jawaban setuju. b) minat berkunjung kembali, berdasarkan tabel hasil pengolahan data menggunakan tingkat capaian responden, skor indikator ini menunjukkan hasil penelitian dengan persentase skor sebesar 88,13% dengan kategori sangat baik. Para pelanggan sebagai responden pada penelitian ini mayoritas memilih sangat setuju pada setiap pernyataan ini. c) kesediaan merekomendasikan, berdasarkan skor tabel hasil pengolahan data dengan menggunakan tingkat pencapaian responden, skor pada indikator kesediaan merekomendasikan menunjukkan skor persentase sebesar 81,04% dengan kategori baik. Adapun pelanggan yang merupakan responden pada penelitian ini sebagian besar menjawab setuju disetiap pernyataan.

Berdasarkan hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan di atas, menunjukkan bahwa tingkat capaian rata-rata yang diperoleh dari keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan pada pengguna jasa servis Bengkel Faisal, mendapatkan skor capaian sebesar 84,88% berada pada kategori sangat baik. Hal ini juga di dukung dengan pendapat (Arief, 2007) yang mengatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan dilihat dari kesesuaian antara harapan (expectation) pelanggan dengan persepsi, pelayanan yang diterima (kenyataan yang dialami).

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel Faisal Kabupaten Gowa

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai positif yang didapatkan sebesar 0,232 terdapat pada koefisien regresi variabel kualitas pelayanan, yang menggambarkan arah hubungan antar variabel kualitas pelayanan

(X) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah searah. Adapun pada hasil analisis Uji T diperoleh thitung sebesar 6,541 dan ttabel yang diperoleh (pada lampiran ttabel) sebesar 1,661 yang berarti $thitung > ttabel$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang mana hipotesis tersebut menyebutkan "Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Bengkel Faisal" dinyatakan diterima.

Selanjutnya, dari hasil uji korelasi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh korelasi sebesar 0,559 berada pada interval 0,40-0,599 yang menunjukkan bahwa kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki tingkat hubungan yang sedang/cukup. Adapun hasil analisis yang diperoleh dari tabel r^2 sebesar 0,313 yang mengandung arti bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Bengkel Faisal sebesar 31,3% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Adapun pada hasil analisis di atas didapatkan berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan pengguna jasa Bengkel Faisal Kabupaten Gowa, yang mana berangkat pada indikator-indikator yang dimiliki pada penelitian ini dan pada observasi menunjukkan demikian bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor adanya kepuasan pelanggan pada Bengkel Faisal.

Hal ini juga sejalan dengan pendapat Kotler (Irawan, 2004) yang mengemukakan bahwa ada lima faktor utama kepuasan pelanggan, yaitu Price (harga), Service Quality (kualitas pelayanan), Product Quality (kualitas produk), Emotional Factor (faktor emosional), dan Efficiency (kemudahan). Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferdinand, (2015) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Pada Bengkel Auto di Jalan Sisingmangaraja No. 8 Medan" yang menunjukkan bahwa hasil dari penelitian pada variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan pada Bengkel Faisal, dimana para pelanggan merupakan responden pada penelitian, mayoritas memilih jawaban setuju pada pernyataan berdasarkan lima indikator yang dirumuskan pada variabel kualitas pelayanan, yaitu Tangibles (sarana fisik perusahaan), Reliability (kemampuan dan keandalan pelayanan),

Responsiveness (kesanggupan dan ketanggapan pelayanan), Assurance (kemampuan meyakinkan pelanggan), dan Empathy (empati) yang berada pada kategori baik. Maka dapat disimpulkan bahwa pada Bengkel Faisal kualitas pelayanannya telah memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan, dimana pada setiap pernyataan variabel kualitas pelayanan, responden dalam hal ini pelanggan memilih jawaban setuju. Kepuasan pelanggan pengguna jasa Bengkel Faisal, dimana pelanggan dijadikan responden penelitian, mayoritas memilih setuju pada pernyataan berdasarkan tiga indikator yaitu kesesuaian harapan pelanggan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan berada pada kategori sangat baik. Hal ini juga serupa dengan fakta dilapangan bahwa pelanggan Bengkel Faisal menunjukkan respon positif. Dalam hal ini pada aspek pengukuran kepuasan pelanggan berdasarkan indikator disimpulkan bahwa pelanggan Bengkel Faisal puas dalam menerima hasil kinerjanya sehingga dalam hal ekspektasi sebelum melakukan servis telah terpenuhi. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, serta berdasarkan hasil analisis korelasi didapatkan hasil yang menunjukkan adanya hubungan antar variabel dengan tingkat hubungan berada pada kategori sedang/cukup.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfajar, F., Mustainah, & Tawil, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Makassar Jeans House Kota Palu. *PINISI Discretion Review*.
- Arbab, A. (2018). *Hingga Oktober 2018, Jumlah Kendaraan di Makassar Capai 1.563.608 Unit*. CELEBESMEDIA.ID.
- Arief. (2007). *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan* (S. Wahyudi & Y. Setyorini (ed.); Pertama). Bayumedia Publishing.
- Fadhillah, R. N. (2019). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Sabun Pembersih Wajah Pond's (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syari'ah IAIN Kediri Angkatan 2018)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
- Ferdinand, T. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis pada Bengkel Auto 2000 di Jalan Sisingamangaraja No . 8 Medan (Nomor 8)*. Universitas Sumatera Utara.
- Irawan. (2004). *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. BPFE-UGM.

- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (ed.); 12 ed.). Penerbit Erlangga.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64.
- Rohman, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel MR.Montir Citayam [Universitas Islam Negeri]. In *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*.
- Statistik, B. P. (2013). *Transportasi, Komunikasi dan Pariwisata*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)* (S. Y. Suryandari (ed.); 3 ed.). CV. ALFABETA.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (4 ed.). PT Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2005). *Service, Quality, and Satisfaction*. Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran, & Strategi* (A. Diana (ed.)). Penerbit ANDI.
- Umi Farida, Henni Zainal, A. A. (2023). *Manajemen sumber daya manusia*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Winardi. (2002). *Sejarah Perkembangan Pemikiran dalam Bidang Manajemen*. Bandung: Sinar Baru.
- Zainal, Henni and Parinsi, Kristina and Hasan, Muhammad and Said, Farid and Akib, H. (2018). The influence assets and market orientation to the performance business in Makassar City, Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(6).