

ANALISIS PERBEDAAN TINGKAT KEPUASAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BENGKEL AHASS DAN BENGKEL YAMAHA.

(Studi Kasus pada Bengkel AHASS Naga Sakti Ngesrep dan Yamaha Mataram Sakti Setiabudi

Oleh: Adrian Dwinanda

Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia
Email: Adriandwinanda300894@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Oleh: Dra. Apriatni EP, M.Si

Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia

Abstract

Motorcycle is one of the most used vehicles by Indonesian people, many companies in the automotive field has grown. Honda and Yamaha are motor products with the most sales in Indonesia. Both companies give the best innovation to fulfill the needs of its customers. Customers have their own choices in choosing which products to use, but customer's consideration not only on motorcycle products, but after sales services provided. Both companies also try to provide the best service in providing maintenance services and motorcycle repair on the workshop. The service strategies provided by both companies in their official workshop are given in order to give satisfaction to their customers.

The research aims to determine the level of satisfaction of the official service shop from AHASS Naga Sakti and Yamaha Mataram Sakti. Type of this research is descriptive analysis, with population of 100 respondents on AHASS Naga Sakti workshop customers and 100 respondents on Yamaha Mataram Sakti customers in Semarang. Sampling in this research using purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires. Data analysis method used by Importance performance analysis and Independent sample t-test by using SPSS application.

The results of this study indicate that customer satisfaction level of Yamaha Mataram has a higher score higher with 89.35% than AHASS Naga Sakti customer satisfaction level with score 83.11%.

We suggest for both companies have to improve the quality of service on several dimensions of existing services. AHASS Naga Sakti has to improve the quality of the service of tangible dimension, while on Yamaha Mataram Sakti has to improve the quality of service on the dimension of Reliability. This aims to increase customer satisfaction in both companies to keep customers using the services of both companies

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction of authorized workshops, AHASS Naga Sakti and Yamaha Mataram Sakti

Pendahuluan

Dewasa ini, masyarakat sangat membutuhkan alat transportasi untuk berkendara mencapai destinasi tujuannya, banyak perusahaan yang mengambil kesempatan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi terhadap alat transportasi khususnya sepeda motor, Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan

keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara ketat. Di Indonesia kesuksesan perusahaan Jepang telah memberikan kontribusi terbesar dalam alat transportasi khususnya motor, mereka mengerti apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga dapat memberikan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau

Pemasaran menurut William J 2 Stanton (dalam Swasta & Handoko, 2008: 4) adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, memposisikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Minat masyarakat dengan motor sekarang tidak hanya dilihat sebagai kebutuhan alat transportasi kendaraan saja, namun desain, model serta mesin pun menjadi faktor-faktor pelengkap dalam meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap motor.

Perusahaan Sepeda Motor bersaing dalam meningkatkan jumlah pelanggan yang ada di Indonesia. Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2005). Oleh karena itu Kualitas dari produk maupun jasa sangat diperlukan dalam bersaing. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

(Koller & Kettler 2009;143). Kualitas Pelayanan akan mempengaruhi tingkat 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.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kesesuaian antara produk/jasa yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya terhadap kualitas jasa yang diberikan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan perusahaan. (F. Tjiptono, 1998:24).

Honda merupakan salah satu merek motor dengan penjualan terbesar setiap tahunnya untuk permintaan pasar sepeda motor di Indonesia. Salah satu puncak prestasi yang berhasil diraih PT Astra Honda Motor adalah pencapaian produksi ke 50 juta pada tahun 2015 dan produk motor ini juga merupakan Top Brand pada tahun 2016 serta mempunyai prestasi sebagai Most Recommended Brand pada tahun 2015 .

Penurunan penjualan diasumsikan bukan karena faktor kualitas produk, namun

disebabkan faktor purna jual yaitu pelayanan bengkel. Salah satu kualitas pelayanan yang ada pada produk motor Honda adalah tersedianya bengkel resmi AHASS (Astra Honda Authorized Service Station).

Bengkel adalah suatu tempat dimana dilakukan perbaikan/perawatan yang bersifat teknis terhadap suatu kendaraan bermotor. Tujuan dari pelayanan AHASS ini, diharapkan agar para pemilik motor dijamin akan mendapat pelayanan yang terbaik sesuai dengan standar dari pabrik Honda melalui PT Astra Honda Motor (AHM). Perbedaan dari bengkel resmi/perwakilan dari bengkel non-resmi/bebas biasa yaitu Kebijakan-kebijakan yang diambil disesuaikan dengan perusahaan yang menunjuknya dan sekaligus masuk kedalam bagian dari layanan purna jual merek yang bersangkutan. Dalam bengkel resmi terdapat pelayanan service yang telah ditetapkan seperti bantuan teknis, peralatan, suku cadang asli dan aturan-aturan pelayanan. Bengkel AHASS merupakan layanan purna jual yang diberikan kepada pengguna Honda dan menjadi faktor penting dalam pertimbangan pelanggan dilihat dari sisi pelayanan.

Dalam penelitian ini akan dilakukan perbandingan kepuasan pelayanan terhadap pelayanan bengkel AHASS, diketahui dari penelitian pendahulu masih terdapat keluhan terkait pelayanan bengkel seperti:

- Antrian yang begitu panjang
- Jam buka bengkel di akhir pekan yang lebih cepat

-Beberapa pelanggan yang menunggu di bengkel belum merasa puas terhadap fasilitas dan pelayanan yang diberikan

Salah satu pesaing Honda di Indonesia yaitu Yamaha, Yamaha selalu menduduki peringkat kedua setelah Honda dan mencapai jutaan penjualan motor setiap tahunnya. Yamaha mempunyai prestasi 11 Penghargaan Motor Plus Award 2016 untuk Yamaha mulai dari kategori motor 110 sampai 250 CC juga The Best Manufacture in Motorsport : PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT YIMM). Sumber: www.motorexpertz.com. Maka kedua brand ini memang telah bersaing sejak lama dalam melakukan inovasi-inovasi terbaru dalam meningkatkan kualitas produk motornya.

Selain persaingan produk motor, Honda dan Yamaha juga berusaha memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memberikan kepuasan terhadap pelanggannya. Yamaha mempunyai layanan purna jual berupa bengkel resmi khusus untuk motor Yamaha. Sebagai perusahaan besar, Yamaha juga memiliki dan mengikuti pola pelayanan yang standar yang berlaku untuk semua baik dari teknis, suku cadang asli Yamaha serta aturan pelayanan bengkel dari PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT YIMM) yang telah ditetapkan guna memberikan pelayanan terhadap pelanggan setianya. Hal ini diberlakukan sama kepada seluruh bengkel resmi Yamaha yang memiliki jumlah lebih dari 1,500 diseluruh Indonesia.

Kualitas pelayanan/jasa akan sangat menentukan tinggi rendahnya tingkat kepuasan konsumen, maka perbandingan diantara kedua bengkel resmi dari 2 produk Motor terbesar di Indonesia ini sangat menarik dan penting untuk diteliti pelayanannya agar dapat mengetahui pelayanan yang baik dalam persepsi pelanggan

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut;

1. Apa persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan bengkel resmi AHASS dan Yamaha ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja pelayanan bengkel resmi AHASS dan Yamaha ?
3. Bagaimana perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan bengkel resmi AHASS dan Yamaha?
4. Atribut apa saja yang paling penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan?

Kerangka Teori

Kepuasan Konsumen

Wilie (1990 : 662) mendefinisakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk/pelayanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler 2009:49)

Definisi Operasional

Definisi Operational adalah pengelolaan konsep-konsep yang berupa abstraksi dengan kata-kata, menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan diuji kebenarannya dengan orang lain Sugiono (2003 ; 23). Definisi operasional disini adalah penjabaran dari faktor-faktor yang menyusun variabel dalam penelitian ini, yang disebut sebagai indikator penelitian. Berdasarkan definisi konsep yang telah dirumuskan, dapat disusun definisinya secara operasional yang disesuaikan dengan kondisi lapangan yang ada, sekaligus dapat dijabarkan indikator-indikator pengukuran masing-masing variabel, yaitu:

Kualitas jasa

Untuk mengukur kemampuan bengkel AHASS atau bengkel Yamaha dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya mulai dari pendaftaran pelanggan, pelayanan dari karyawan, fasilitas yang diberikan hingga kondisi, motor setelah diservice, kelimanya disajikan menurut tingkat kepentingannya:

- A. Reliabilitas/keandalan (*reliability*).
Indikatornya adalah:
 1. Hasil Kerja Bengkel
 2. Kecepatan Pelayanan
 3. Fasilitas-fasilitas pelayanan

4. Ragam Pelayanan
- B. Daya tanggap (*responsiveness*). Indikatornya adalah:
1. Kesiapan membantu menyelesaikan masalah.
 2. Kesiapan memberi informasi
 3. Pelayanan dalam pengaduan keluhan pelanggan
- C. Jaminan (*assurances*). Indikatornya adalah:
1. Keramahan dan kesopanan karyawan
 2. Kemampuan karyawan bengkel
 3. Garansi dari reparasi sepeda motor
- D. Empati (*emphaty*). Indikatornya adalah:
1. Perhatian karyawan terhadap pelanggan
 2. Pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan .
- E. Bukti fisik (*Tangibles*). Indikatornya adalah:
1. Kondisi fisik gedung/bengkel
 2. Kebersihan ruangan maupun tempat service kendaraan
 3. Kenyamanan ruangan maupun tempat service kendaraan

Kepuasan Konsumen

Dalam hal ini indikator kepuasan diukur pada perbandingan kinerja bengkel AHASS dan Yamaha yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

Hipotesis

Berikut adalah hipotesis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Diduga adanya perbedaan tingkat kepuasan pelanggan dari dimensi pelayanan bengkel AHASS dan Yamaha .

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif kuantitatif. Metode ini digunakan untuk mencari fakta yang akurat mengenai tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan bengkel resmi AHASS Naga Sakti dan Yamaha Mataram Sakti yang ada di Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan bengkel resmi AHASS Naga Sakti yang terletak di Jalan Ngesrep Timur V No.75 dan Yamaha Mataram Sakti Jalan Setiabudi No 107 yang berada di Kota Semarang. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan menggunakan pengambilan data secara penyebaran kuesioner kepada 100 konsumen AHASS Naga Sakti dan 100 konsumen Yamaha Mataram Sakti Semarang . Analisis data menggunakan *Importance Performance Analysis* dan Uji beda Independent Sample t-test dengan aplikasi SPSS v 16.

Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan mengenai *Analisis Perbedaan Tingkat Kepuasan Terhadap Kualitas Pelayanan Bengkel AHASS dan Bengkel*

Yamaha. Studi Kasus pada AHASS Naga Sakti dan Yamaha Mataram Sakti yang berada di Semarang. Adapun hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

Tabel 1.1

Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Tingkat Kepuasan AHASS Naga Sakti dan Yamaha Mataram Sakti

| No. | Dimensi Kualitas Pelayanan | Tki AHASS | Tki Yamaha |
|-----------------------------|--|---------------|---------------|
| Dimensi Keandalan | | | |
| 1 | Ketepatan petugas mengetahui masalah kendaraan | 85.46% | 87.11% |
| 2 | Petugas dapat memberikan keterangan dan jawaban yang jelas terhadap masalah kendaraan dan pertanyaan pelanggan | 85.49% | 88.70% |
| 3 | Ketepatan mekanik mengerjakan perbaikan sesuai dengan keluhan pelanggan | 83.37% | 87.47% |
| 4 | Petugas memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu sesuai yang telah dijanjikan | 82.35% | 85.45% |
| 5 | Perusahaan memberikan fasilitas- fasilitas pelayanan yang sesuai | 84.88% | 87.47% |
| 6 | Ragam Pelayanan yang diberikan perusahaan memadai | 83.94% | 88.97% |
| Rata-rata | | 84.25% | 87.53% |
| Dimensi Daya Tanggap | | | |
| 7 | Kesediaan karyawan membantu menyelesaikan masalah | 86.21% | 87.80% |
| 8 | Petugas memberikan informasi yang jelas terkait dengan servis kendaraan | 84.82% | 89.25% |
| 9 | Petugas bersedia menanggapi dan melayani keluhan yang diberikan pelanggan | 87.31% | 92.76% |
| Rata-rata | | 86.11% | 89.94% |
| Dimensi Jaminan | | | |

| | | | |
|----------------------------|--|---------------|---------------|
| 10 | Keramahan dan kesopanan para petugas dalam memberikan pelayanan | 84.36% | 93.61% |
| 11 | Mekanik bengkel yang handal dalam melakukan servis | 83.84% | 85.06% |
| 12 | Garansi Servis kendaraan sesuai dengan yang dijanjikan | 87.69% | 91.26% |
| Rata-rata | | 85.30% | 89,98% |
| Dimensi Empati | | | |
| 13 | Perhatian karyawan terhadap pelanggan | 79.91% | 90.02% |
| 14 | Pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan | 80.13% | 89.61% |
| Rata-rata | | 80.02% | 89.82% |
| Dimensi Bukti Fisik | | | |
| 15 | Kebersihan dan kerapihan bengkel | 82.10% | 90.50% |
| 16 | Tersedianya ruang tunggu yang nyaman dan memadai | 83.89% | 89.49% |
| 17 | Fasilitas pelayanan (seperti Toilet, musholla, tempat parkir yang memadai) | 73.67% | 88.44% |
| Rata-rata | | 79.89% | 89.47% |
| Rata-Rata dimensi | | 83.11% | 89.35% |

Tabel 1.2
Independent Sample T-test

| | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|-------------------------------|---|------|------------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|---------|
| | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | Lower | Upper |
| NILAI Equal variances assumed | .793 | .380 | -3.905 | 32 | .000 | -.23600 | .06044 | -.35911 | -.11289 |
| Equal variances not assumed | | | -3.905 | 31.819 | .000 | -.23600 | .06044 | -.35913 | -.11286 |

Pengujian Hipotesis

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan tentang analisis yang telah dilakukan. Hasil analisis tersebut dapat dijelaskan dalam pembahasan, seperti berikut:

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Yamaha Mataram Sakti mempunyai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi seluruh atribut pelayanan, dengan rata-rata tingkat kepuasan sebesar 89,35% sedangkan AHASS Naga Sakti mempunyai skor rata-rata tingkat kepuasan sebesar 83,11 %. Dilihat dari skor terendah AHASS Naga Sakti ada di dimensi bukti fisik sedangkan skor terendah Yamaha Mataram Sakti skor terendah berada pada dimensi keandalan. Sehingga dari skor tersebut dapat menjadi acuan perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanannya.

Pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa nilai uji beda sig (2 tailed) sebesar 0,000 dimana angka tersebut < 0,05. Hasil tersebut menyatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat kepuasan pelanggan AHASS Naga Sakti dan tingkat kepuasan Yamaha Mataram Sakti.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan uraian dan analisa yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut :

1. Yamaha Mataram Sakti mempunyai skor tingkat kepuasan yang lebih tinggi dari pada AHASS Naga Sakti pada semua atribut pelayanan yang diberikan.

2. Tingkat kepuasan pelanggan dengan skor terendah pada AHASS Naga Sakti terdapat pada dimensi *Bukti fisik*, sedangkan tingkat kepuasan dengan skor terendah pada pelanggan Yamaha Mataram Sakti pada dimensi *Keandalan*
3. Tingkat kepuasan pelanggan dengan skor tertinggi pada AHASS Naga pada dimensi *Daya tanggap*, sedangkan tingkat kepuasan dengan skor tertinggi pelanggan Yamaha Mataram Sakti pada dimensi *Jaminan*.
4. Atribut dengan skor tingkat kepuasan terendah pada AHASS Naga Sakti yaitu pada atribut Fasilitas pelayanan seperti Toilet, musholla, tempat parkir yang memadai, sedangkan atribut tingkat kepuasan terendah pada Yamaha Mataram Sakti yaitu pada atribut Mekanik bengkel yang handal dalam melakukan servis.
5. Pada Digram Kartesius, faktor yang paling utama harus dilaksanakan sesuai dengan harapan pelanggan adalah atribut pada kuadran A karena kuadran ini merupakan faktor pelayanan yg penting bagi pelanggan namun pelayanan yang diberikan belum memuaskan, pada AHASS Naga Sakti terdapat hanya 1 atribut yang berada pada Kuadran A yaitu atribut Fasilitas pelayanan seperti Toilet, musholla, tempat parkir yang memadai yaitu berada pada dimensi *bukti fisik*, sedangkan pada Yamaha Mataram Sakti, pada kuadran A terdapat 3 atribut dengan 3 dimensi pelayanan yang berbeda yaitu : Ketepatan petugas mengetahui masalah kendaraan, Kesiapan karyawan membantu menyelesaikan masalah, Mekanik bengkel yang handal dalam

melakukan servis yang berada pada dimensi *keandalan, daya tanggap dan jaminan*.

6. Pada Kuadran B perlu dipertahankan, karena tingkat pelaksanaan telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan. Pada kuadran B AHASS Naga Sakti Ngesrep terdapat 9 atribut yang terdapat pada dimensi *Keandalan, daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik*. Sedangkan Yamaha Mataram Sakti Setiabudi terdapat 6 atribut yang terdapat pada dimensi *Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan bukti fisik*.
7. Pada Uji Beda Sig (2tailed) sebesar 0,00 dimana angka tersebut $< 0,05$ maka sesuai pengambilan keputusan dalam uji independent sample T-test, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan bermakna secara statistik atau signifikan pada rata-rata tingkat kepuasan pelanggan AHASS Naga Sakti dan Yamaha Mataram Sakti.

Saran-saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

A. AHASS Naga Sakti Ngesrep

1. Perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi bukti fisik khususnya pada toilet yang kurang memadai, serta tidak nampaknya musholla karena berdasarkan penelitian hal ini dianggap sangat penting oleh pelanggan.
2. Pelanggan masih merasa kurangnya perhatian karyawan terhadap pelanggannya, sehingga diperlukannya pengontrolan karyawan agar dapat meningkatkan

pelayanannya dalam rasa empati & perhatian yang dibutuhkan pelanggan

3. Diperlukan pemberian informasi yang lebih jelas kepada pelanggan karena pada AHASS Naga Sakti mempunyai ragam pelayanan yang cukup banyak namun beberapa pelanggan masih belum mengetahui informasi tersebut.
4. Pelanggan yang merasa kurang puas dengan keramahan dan kesopanan dari beberapa petugas, sehingga perusahaan perlu melakukan pengontrolan terhadap petugas yang sedang melayani pelanggan.

B. Yamaha Mataram Sakti Setiabudi

1. Perlu ditingkatkan dalam seleksi mekanik di setiap cabang Yamaha Mataram Sakti dikarenakan pendapat pelanggan yang merasa adanya perbedaan kinerja setiap mekanik.
2. Perlunya meningkatkan pengontrolan pada mekanik yang melakukan perbaikan
3. Perlu ditingkatkan kecepatan dan pengetahuan yang lebih kepada petugas yang melayani konsumen dalam membantu menyelesaikan masalah kendaraan.
4. Perusahaan perlu meningkatkan inovasi dari Ragam Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, karena jika dibandingkan AHASS Naga Sakti ragam pelayanan yang diberikan cukup bervariasi

Daftar Referensi

- Atep Adya Barata. (2003). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka.
- Apriyadi, R. (2013). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Ahass Honda Motor (Studi Kasus Pt. Daya Adira Motor, Bogor)*. Skripsi pada Jurusan Manajemen ,Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
- Basu Swastha Dharmmesta,Hani, T, Handoko, (2008) *Manajemen Penjualan* .BPFE Yogyakarta.
- Cooper dan Emory. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta:Erlangga.
- Dermawan Wibisono. (2006). *Manajemen Kinerja, Konsep, Desai, dan Tehnik Perusahaan*. Jakarta : Erlangga
- Freddy Rangkuti, (2003). *Measuring Customer Satisfaction*, cetakan kedua, Jakarta; Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Junius Bahagianta Surbakti. (2010) *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada AHASS Honda Motor*. Skripsi pada Jurusan Manajemen , Institut Pertanian Bogor.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Terjemahan* (Jilid 1). Jakarta : PT. Prenhallindo
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta.
- Kottler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Kottler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 2*.

- Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Marga, C. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Terang Motor Semarang*. Skripsi pada Jurusan Manajemen ,Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang
 - M.Rahadian Panuluh., (2011) *Analisis Kepuasan Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan Astra Honda Authorized Service Station (AHASS) Shinta Motor Banjarnegara*. Under Graduates thesis, Universitas Negeri Semarang
 - Siagian, Sondang P. (1995). *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
 - Sofian effendi. (1992) . *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
 - Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
 - Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
 - Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
 - Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk menaikkan pangsa pasar*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
 - Supranto, J. (2002). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk menaikkan pangsa pasar*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
 - Tjiptono, F. (1996). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
 - Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
 - Tjiptono, F. (1998). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
 - Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
 - Tjiptono, Fandy Dan Anastasia Diana. (2003). *Total Quality Management*. Yogyakarta : Andi Offset.
 - Tjiptono, Fandy Dan Gregorius Chandra. (2005). *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta : Andi.

- Tri Handayani. (2014) *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Produk Motor Matic Yamaha Soul GT Pada PT Yamaha Mataram Sakti Setiabudi Semarang*. Skripsi pada Jurusan Administrasi Bisnis . Universitas Diponegoro.
 - Uma Sekaran. (2006), *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.
 - Wilkie, W.L. (1990). *Customer Behavior, Edisi Kedua*. John Wiley &
-