

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. OSTBURG TRISAKTI
CABANG BUARAN INDAH KOTA TANGERANG**

**Lisma Wanti¹,
Rizki Chrisulianti²,
Firda Meisaroh³**

Correspondensi: Lismawanti@gmail.com

**Program Studi Manajemen, Institut Manajemen Wiyata Indonesia¹,
Universitas Sains Indonesia², Institut Teknologi Nasional Malang³**

Abstrak

Pertumbuhan populasi yang terus meningkat di Indonesia mendorong meningkatnya kebutuhan masyarakat akan berbagai jenis alat transportasi, terutama sepeda motor, yang menjadi pilihan utama dalam mobilitas sehari-hari. Fenomena persaingan yang semakin ketat dalam industri otomotif, khususnya sepeda motor, menuntut perusahaan-perusahaan seperti PT. OSTBURG TRISAKTI untuk mempertahankan kualitas produk dan pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di cabang Proban Buaran Indah Tangerang. Dengan merinci permasalahan, seperti kurangnya tanggapnya petugas, keramahan yang belum optimal, serta fasilitas yang terbatas, penelitian ini bertujuan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas di bengkel otomotif tersebut. Penelitian ini bersifat kuantitatif, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, dengan analisis data bersifat kuantitatif/statistik. Responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang sebagai sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen yang berbentuk angket, untuk variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan dengan skala ordinal menggunakan skala likert. Hasil penelitian pengaruh Kualitas Pelayanan dan kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PROBAN OSTBURG TRISAKTI Cabang Buaran Indah Kota Tangerang memiliki nilai korelasi sebesar 1 atau sebesar 100% yang artinya hubungan antara kedua variabel berada pada tingkat hubungan yang sangat kuat.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan

Abstract

The continuously increasing population in Indonesia has driven the growing need for various types of transportation, especially motorcycles, which have become the primary choice for daily mobility. The phenomenon of intensifying competition in the automotive industry, particularly motorcycles, demands companies like PT. OSTBURG TRISAKTI to maintain the quality of their products and services. This research aims to investigate the influence of service quality on customer satisfaction at the Proban Buaran Indah branch in Tangerang. Addressing specific issues such as the lack of responsiveness from staff, suboptimal friendliness, and limited facilities, the study intends to provide recommendations for enhancing customer satisfaction through improved service quality and facilities at the automotive workshop. The research follows a quantitative approach, aiming to test predefined hypotheses, with quantitative/statistical data analysis. The study involves 100 respondents as samples, and data collection techniques utilize questionnaires in the form of ordinal scales using Likert scales to assess service quality, product quality, and customer satisfaction variables. The research findings indicate a correlation coefficient of 1 or 100%, signifying an extremely strong relationship between service quality, product quality, and customer satisfaction at PT PROBAN OSTBURG TRISAKTI's Proban Buaran Indah branch in Tangerang.

Keywords: *service quality, product quality, customer satisfaction*

Pendahuluan

Pertumbuhan populasi yang terus meningkat di Indonesia telah mendorong meningkatnya kebutuhan akan berbagai jenis alat transportasi, mulai dari kendaraan pribadi hingga transportasi massal (Fatkhurrohman, 2021). Transportasi bukan hanya sekadar sarana mobilitas, tetapi juga merupakan elemen kunci dalam memperlancar perekonomian, memperkuat persatuan, dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat (Suwardi, 2019).

Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2019 sampai dengan 2021 yang bersumber dari Kepolisian Republik Indonesia, sepeda motor merupakan perkembangan unit kendaraan terbanyak diantara unit lainnya, dengan jumlah sebanyak 141992573 unit kendaraan sepeda motor yang digunakan oleh masyarakat sampai dengan tahun 2021. Penggunaan sepeda motor menjadi pilihan yang paling efektif dan efisien untuk bepergian sehingga sepeda motor menjadi andalan utama transportasi masyarakat Indonesia (Feronika et al., 2021).

Persaingan yang semakin ketat terjadi pada dunia otomotif khususnya produk sepeda motor karena merupakan alat transportasi darat yang paling dominan dimiliki dan dibutuhkan oleh masyarakat (Sigar et al., 2021). Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada

para pelanggan, sehingga akan muncul loyalitas dalam benak konsumen (Gea, 2021).

Pencapaian kepuasan pelanggan dapat diukur melalui bagaimana pihak penyedia jasa (layanan) mampu memberikan kualitas produknya sesuai dengan yang konsumen butuhkan (Sulistiyowati, 2018). Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, sehingga memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas produk perlu dijadikan sebagai perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan (Daga, 2017).

PT. Proban Ostburg Trisakti atau Proban Motopart merupakan salah satu perusahaan yang retail yang bergerak dalam bisnis otomotif Sepeda motor. Proban Motopart memiliki cabang di beberapa wilayah, salah satunya Proban Buaran Indah Tangerang Kota. Proban Motopart dalam bisnisnya, berfokus pada penjualan produk ban motor, aki motor, oli dan kanvas rem sepeda motor.

Menurut kepala cabang PROBAN MOTOPART Buaran Indah, terjadi fluktuasi pendapatan penjualan yang disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya kenaikan harga *sparepart* sehingga menyebabkan pelanggan memilih untuk membeli *sparepart* murah di toko lain. Fenomena musim gajian juga

menjadi penentu meningkatnya pembelian *sparepart* maupun *service* di toko.

Berdasarkan observasi awal oleh peneliti di bengkel Proban Buaran Indah Kota Tangerang yang berkenaan mengenai kualitas pelayanan yang akan berpengaruh pada kepuasan konsumen yaitu diantaranya kurang tanggapnya respon petugas/mekanik bengkel yang melayani saat datang nya konsumen yang akan *service*, bahkan masih sibuk dengan *handphone* nya, sehingga konsumen merasa tidak terlayani. Keramahan petugas/mekanik bengkel saat menawarkan produk bengkel belum maksimal sehingga konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan bengkel yang mengakibatkan konsumen berpindah ke bengkel lain. Keandalan skil dari petugas/mekanik dalam *service* motor menjadi sorot perhatian yang akan mengakibatkan ketidak puasan pelanggan untuk mempercayakan pemeliharaan kendaraan nya kepada pihak bengkel.

Fenomena selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah menurunnya kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Hal ini dikarenakan pelanggan cenderung membeli *sparepart* yang murah daripada yang mahal tapi bagus. Kepala toko menuturkan, kesadaran pelanggan terhadap kualitas dengan harga yang mereka beli terkadang terjadi kesalahfahaman sehingga menyalahkan bengkel ketika tidak *sparepart* mengalami kendala. Testimoni dari beberapa pelanggan mengatakan bahwa produk Proban Motpart sangat bagus , namun diiringi dengan harga yang lumayan tinggi mengingat kualitasnya yang bagus.

Fenomena selanjutnya berdasarkan observasi lapangan yang terjadi di bengkel Proban Buaran Indah Kota Tangerang

mengenai fasilitas bengkel yang akan berpengaruh juga terhadap pelayanan yaitu kurang nya kursi sebagai tempat duduk *costumer*, di bengkel buaran indah hanya menyediakan 4 kursi sedangkan *costumer* rata-rata perhari hampir 5-10 orang yang datang, karena pada saat *service* *costumer* perlu menunggu 10 sampai dengan 20 menit. Ruang tunggu *Outdoor* sangat luas, namun banyak debu, yang mengakibatkan ketidak nyamanan *costumer* saat menunggu . Ruang tunggu tidak difasilitasi dengan TV sehingga mengundang rasa jenuh *costumer* ketika sedang menunggu saat sedang *service*.

Teddy dkk. dalam bukunya mengemukakan pengertian kualitas pelayanan menurut Dewanti dan Tjandra bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi dan melebihi harapan pelanggan (Chandra et al., 2020). Dimensi dari kualitas pelayanan adalah keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. OSTBURG TRISAKTI Cabang Buaran Indah Kota Tangerang sebagai upaya untuk memberikan rekomendasi yang tepat dalam mendapatkan kepuasan pelanggan yang bagus dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Berdasarkan metode

pengumpulan data, desain penelitian yang digunakan adalah penelitian survey.

Penelitian dilakukan di PT. Proban Ostburg Trisakti Cabang Buaran Indah Kota Tangerang yang beralamatkan di Jl. Hashiim Ashari RT 001/RW 005, Buaran Indah, Kec. Tangerang, kota Tangerang, Banten. waktu penelitian di mulai bulan Juni 2023 sampai dengan November 2023.

Populasi yang termasuk ke dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Proban Motopart Cabang Buaran Indah Tangerang Kota. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. 100 pelanggan digunakan sebagai *sample* yang melakukan pembelian sparepart motor maupun service sepeda motor. Data yang dikumpulkan melalui pengisian kuesioner survey *Google Form* akan dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS 25.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Profil Responden

Tabel 2
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Wanita	46
2	Pria	54
Jumlah		100

Berdasarkan jenis kelamin, jumlah responden dalam penelitian ini didominasi oleh lelaki sebagaimana ditunjukkan Tabel 4.1. Menurut kepala toko Proban Motopart Cabang Buaran Indah, pria lebih dominan untuk melakukan service atau pembelian sparepart dikarenakan sudah menjadi kebiasaan umum bahwa pria lebih apik dalam merawat sepeda motor.

Tabel 3
Kategori Motor

No	Kategori Motor	Jumlah
1	Motor Bebek	31
2	Motor Matic	58
3	Motor Sport	11
Total Jumlah		100

Berdasarkan tabel 4.2. diatas, motor matic merupakan kategori motor yang paling berlanggan di Proban Motopart. Menurut kepala mekanik Proban Motopart Cabang Buaran Indah, motor matic merupakan motor yang paling banyak digunakan oleh warga sekitar, dikarenakan kemudahan dalam mengoperasikan.

Tabel 4
Kategori Langganan

No	Kategori Langganan	Jumlah
1	Pembelian Ban Motor	58
2	Pembelian Sparepart	46
3	Service Motor	52

Berdasarkan tabel 4.3. diatas, pelanggan Proban Motopart Cabang Buaran Indah Kota Tangerang memiliki 3 kategori langganan yaitu pembelian ban motor, pembelian sparepart dan service motor. Menurut staff administrasi, pelanggan terkadang melakukan beberapa kategori langganan dalam satu kunjungan. Pembelian Ban motor merupakan ketgori langganan terbanyak dikarenakan popularitas produk ban yang terpercaya oleh masyarakat di Indonesia. Data iui memberikam gambaran tentang keperluan konsumen terhadap kunjungannya ke bengkel.

Uji Validitas

Tabel 5
Hasil Uji Validitas

Indikator	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
X1_1	0,195	0,589	VALID
X1_2	0,195	0,541	VALID
X1_3	0,195	0,588	VALID
X1_4	0,195	0,588	VALID
X1_5	0,195	0,662	VALID
X1_6	0,195	0,611	VALID
X1_7	0,195	0,535	VALID
X1_8	0,195	0,504	VALID
X1_9	0,195	0,654	VALID
X1_10	0,195	0,542	VALID
X1_11	0,195	0,606	VALID
X1_12	0,195	0,626	VALID
X1_13	0,195	0,646	VALID
X1_14	0,195	0,666	VALID
X1_15	0,195	0,686	VALID
X1_16	0,195	0,553	VALID
X1_17	0,195	0,54	VALID
X1_18	0,195	0,645	VALID
X1_19	0,195	0,524	VALID
X1_20	0,195	0,664	VALID
X2_1	0,195	0,611	VALID
X2_2	0,195	0,672	VALID
X2_3	0,195	0,504	VALID
X2_4	0,195	0,568	VALID
X2_5	0,195	0,664	VALID
X2_6	0,195	0,588	VALID
Y_1	0,195	0,591	VALID
Y_2	0,195	0,726	VALID
Y_3	0,195	0,685	VALID
Y_4	0,195	0,914	VALID
Y_5	0,195	0,871	VALID
Y_6	0,195	0,838	VALID
Y_7	0,195	0,684	VALID

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan pada kuisioner penelitian dengan menggunakan IBM SPSS 25, semua

indikator dinyatakan valid, dibuktikan dengan nilai Rhitung yang lebih besar daripada Rtabel.

Uji Realibilitas

Tabel 6
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,875	Realiabel
Kualitas Produk (X2)	0,916	Realiabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,878	Realiabel

Berdasarkan uji realibilitas menggunakan IBM SPSS 25, dibuktikan dengan nilai Cronbach Alpha setiap variabel, maka dinyatakan reliabel untuk digunakan sebagai tolak ukur pada variabel-variabel dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		108
Normal Parameters ^a	Mean	0,0000000
	Std. Deviation ^b	2,69153183
Most Extreme Differences	Absolute	0,092
	Positive	0,070
	Negative	-0,092
Test Statistic		0,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.024 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		0,296
Point Probability		0,000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas, menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,296 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa data variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga memungkinkan untuk dilakukan uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menggunakan IBM SPSS 25 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,266 yang berada diatas nilai 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) sebesar 3,766 yang berada dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan IBM SPSS 25, variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,185. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai signifikansi disiplin kerja lebih besar dari 0,05 atau $0,185 > 0,05$. Kemudian, variabel kualitas produk (X2) nilai signifikansinya sebesar 0,615. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai signifikansi efikasi diri lebih besar dari 0,05 atau $0,615 > 0,05$. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Korelasi

Berdasarkan hasil analisa dengan uji *Correlation Pearson's* nilai korelasi (hubungan) kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar $r = 0,875$

yang berada diantara rentang nilai 0,80 - 1,000. Nilai tersebut menandakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif dan sangat kuat. Semakin kualitas pelayanan meningkat, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Adapun, nilai korelasi kualitas produk (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $r = 0,881$ yang berada diantara rentang nilai 0,80 - 1,000. Nilai tersebut menandakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif dan sangat kuat. Jika kualitas produk kerja menurun, maka kepuasan pelanggan juga akan ikut menurun.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan analisis data yang dilakukan menggunakan IBM SPSS 25, diketahui nilai R Square sebesar 0,906 yang artinya pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 90.6% sedangkan sisanya sebesar 9.4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil Analisa data menggunakan IBM SPSS 25, diperoleh persamaan $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$. Maka persamaan regresi yang dihasilkan adalah $Y = 3.621 + 0,596 X_1 - 0,725 X_2$.

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Kualitas Produk

Persamaan regresi tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut;

1. Konstanta (a) memiliki nilai sebesar 3.621, menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) tidak ada kenaikan atau sama dengan nilai

- 0, maka besarnya kepuasan pelanggan (Y) sebesar 3.621.
2. Nilai koefisien regresi variabel (X1) adalah sebesar 0,596 dan bertanda positif yang artinya apabila disiplin kinerja ditingkatkan sebesar 1% dengan asumsi nilai konstan dan variabel lain dianggap tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan terhadap (Y) sebesar 0,596.
 3. Nilai koefisien regresi variabel (X2) adalah sebesar 0,725 dan bertanda positif yang artinya apabila motivasi kerja ditingkatkan sebesar 1% dengan asumsi nilai konstan dan variabel lain dianggap tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan terhadap (Y) sebesar 0,725.

Uji Hipotesis

Uji t

Berdasarkan pengolahan data menggunakan IBM SPSS 25 diketahui Kualitas Pelayanan (X) memiliki nilai t hitung sebesar 7,360 yang lebih besar dari nilai t tabel (1.66071) dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari probabilitas 0,05, yang artinya bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) secara parsial.

Selain itu, kualitas produk (X2) juga memiliki nilai t hitung sebesar 6,363 yang lebih besar dari nilai t tabel (1.66071) yang artinya bahwa variabel (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y secara parsial.

Uji F

Hipotesis yang diuji dalam uji F adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis nol (H0): Tidak ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Hipotesis alternatif (H1): Terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan analisa data menggunakan IBM SPSS 25, F hitung memiliki nilai sebesar 257.311 yang lebih besar daripada nilai F tabel yaitu 3.939.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PROBAN OSTBURG TRISAKTI Cabang Buaran Indah Kota Tangerang, dapat diambil beberapa kesimpulan penting.

Penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai korelasi sebesar 0,875 atau 88,75%. Hal ini menunjukkan bahwa upaya meningkatkan kualitas pelayanan di PT PROBAN OSTBURG TRISAKTI memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Produk memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai korelasi sebesar 0,881 atau 88,1%. Hal ini menegaskan pentingnya memastikan produk-produk yang disediakan oleh PT PROBAN OSTBURG TRISAKTI memiliki standar kualitas tinggi untuk menjaga kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk memiliki pengaruh paling kuat terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai korelasi mencapai 1 atau 100%. Ini menunjukkan bahwa harmonisasi antara pelayanan yang berkualitas dan produk yang unggul menciptakan kepuasan pelanggan yang optimal.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan dengan hasil penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PROBAN OSTBURG TRISAKTI Cabang Buaran Indah Kota Tangerang, maka terdapat beberapa saran yang dapat penulis sampaikan, yaitu :

1. Meningkatkan kualitas pelayanan oleh mengadakan pelatihan-pelatihan untuk karyawan agar dapat meningkatkan efisiensi dan konsistensi pelayanan jasa service sepeda motor.
2. Menambah fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan terhadap pelanggan yang berkunjung ke bengkel.
3. Mengumpulkan umpan balik pelanggan secara rutin untuk memahami apakah kualitas pelayanan terus memenuhi harapan pelanggan melalui Survei kepuasan pelanggan dan evaluasi secara berkala sehingga membantu dalam menilai kinerja perusahaan dan menyesuaikan strategi pelayanan.
4. Memberikan penghargaan kepada pelanggan setia dan menghargai kesetiaan pelanggan seperti program membership, diskon khusus, atau hadiah pelanggan untuk menunjukkan apresiasi terhadap pelanggan.
5. Melakukan penelitian lebih lanjut dengan sampel yang lebih besar dan menguji variabel-variabel lain seperti yang mungkin berkontribusi terhadap kualitas pelayanan, guna mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan mengembangkan strategi manajemen yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PROBAN MOTOPART.

Daftar Pustaka

- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *CV IRDH*. CV IRDH.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.
- Sulistiyowati, W. (2018). *BUKU AJAR KUALITAS LAYANAN: TEORI DAN APLIKASINYA* (S. B. Sartika & M. T. Multazam (eds.)). UMSIDA Press.
- Fatkhurrokhman, T. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Harga Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Wijayakusuma. *Manajemen Dewantara*, 5(1), 26–33. h
- Feronika, F., Gunadarma, U., Ratnasari, Y., Gunadarma, U., Prabowo, H., & Gunadarma, U. (2021). *Keselamatan Berkendara Sepeda Motor*. November, 4–6.
- Gea, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Caritas Market Gunungsitoli). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 893–899.
- Sigar, K. J., Areros, W. A., & Areros, W. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Motor (Studi Kasus Pada Nusantara Surya Sakti). *Jurnal Productivity*, 2(7), 2021.
- Suwardi. (2019). Kajian Sarana Transportasi Umum Sebagai Jaminan. *E-Journal Program Studi Ilmu Hukum*, 6(1), 68–83.