

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Shine & Clean Autocare Bandung

The Influence of Service on Customer Satisfaction at Shine & Clean Autocare Bandung

Muhammad Fathir Allaam¹, Sri Widaningsih, S.Psi., M.M.²

^{1,2}Universitas Telkom, Bandung

lamxds@student.telkomuniversity.ac.id¹,

Sriwidaningsih@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Dengan melonjaknya fenomena pengguna kendaraan bermotor hal ini membuka peluang bisnis cuci dan perawatan kendaraan bermotor salah satunya adalah yang saya teliti yaitu Shine & Clean Autocare yang berlokasi di Jl. Caringin no. 35, Kota Bandung. Shine & Clean Autocare Bandung menawarkan beberapa layanan diantaranya adalah layanan cuci, detailing dan coating kendaraan bermotor. Kenapa saya memilih Shine & Clean Autocare Bandung karena adanya keluhan dari pelanggan terkait layanan yang diberikan oleh Shine & Clean Autocare Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik *sampling* yaitu *non-probability sampling* dengan populasinya adalah seluruh masyarakat Kota Bandung yang sudah pernah menggunakan jasa dari Shine & Clean Autocare Bandung dan untuk sampelnya adalah 100 orang masyarakat Kota Bandung yang sudah pernah menggunakan jasa dari Shine & Clean Autocare Bandung dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan studi kasus Shine & Clean Autocare Bandung.

Dari penelitian yang sudah diuji dengan Uji Validitas, Uji Realibilitas, Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji F, Uji Hipotesis, dan Koefisien Determinasi menggunakan aplikasi IBM SPSS statistic 26.0 dan memperoleh hasil bahwa Kualitas Layanan yang diberikan oleh Shine & Clean Autocare Bandung termasuk kedalam kategori "Sangat Baik" dengan total angka 88% yang berarti Kualitas Layanan yang diberikan oleh Shine & Clean Autocare Bandung dianggap sangat baik oleh masyarakat, sedangkan untuk Kepuasan Pelanggan berada di kategori "Sangat Puas" dengan total angka 87% yang berarti Kepuasan Pelanggan Shine & Clean Autocare Bandung cukup tinggi, dan untuk Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara signifikan dengan besar nilai r^2 0,527 atau 52,7%.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

With the increasing phenomenon of motor vehicle users, this has opened up opportunities for the motor vehicle washing and maintenance business, one of which I researched is Shine & Clean Autocare which is located on Jl.

Caringin no. 35, Bandung City. Shine & Clean Autocare Bandung offers several services including motor vehicle washing, detailing and coating services. Why I chose Shine & Clean Autocare Bandung was because there were complaints from customers regarding the services provided by Shine & Clean Autocare Bandung.

This research uses a quantitative research method with a sampling technique, namely non-probability sampling with the population being all the people of Bandung City who have used the services of Shine & Clean Autocare Bandung and the sample is 100 people of the City of Bandung who have used the services of Shine & Clean Autocare Bandung and the aim of this research is to find out whether service quality influences customer satisfaction with the Shine & Clean Autocare Bandung case study.

From research that has been tested with Validity Test, Reality Test, Descriptive Analysis, Classical Assumption Test, Normality Test, F Test, Hypothesis Test, and Coefficient of Determination using the IBM SPSS 26.0 application and the results show that the quality of service provided by Shine & Clean Autocare Bandung included in the "Very Satisfied" category with an average total score of 88%, which means that the quality of service provided by Shine & Clean Autocare Bandung is considered good by the public, while for Customer satisfaction it is included in the "Very Satisfied" category with an average total score of 87 % which means that

*Shine & Clean Autocare Bandung Customer satisfaction is quite high, and the influence of Service quality on Customer satisfaction has a significant effect with an r^2 value of 0.527 or 52.7%. **Keywords:** Service quality, Customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pentingnya transportasi dalam pembangunan menjadikan masalah transportasi sebagai salah satu permasalahan yang memerlukan perhatian khusus. Pertambahan volume mobilitas penduduk akibat

pertambahan jumlah penduduk dapat menimbulkan permasalahan transportasi yaitu peningkatan kebutuhan moda transportasi. Tercatat dalam catatan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kendaraan bermotor di Indonesia mencapai lebih dari 133 juta unit pada tahun 2019. Jumlah kendaraan naik sekitar lima persen sejak dua tahun lalu. Pada tahun 2019, jumlah kendaraan naik bertambah 7.108.236 unit atau meningkat 5,3 persen menjadi 133.617.012 unit dari tahun sebelumnya sebanyak 126.508.776 unit. Jumlah kendaraan di tahun 2018 naik 5,9 persen dari tahun 2017 sejumlah 118.922.708 unit. (sumber : www.gaikindo.or.id/databpsjumlahkendaraanbermotordindonesia, 2020)

Karena kebutuhan akan kendaraan bermotor terus meningkat, hal ini membuka peluang masyarakat untuk membuka bisnis perawatan dan cuci steam mobil dan motor, penting untuk para pemilik kendaraan bermotor untuk terus merawat kendaraannya agar selalu nyaman ketika digunakan, salah satu dari banyaknya perawatan kendaraan bermotor adalah cuci steam. Cuci steam adalah teknik mencuci mobil menggunakan alat kompresor atau alat steam yang mampu menghasilkan air bertekanan tinggi. Tidak hanya untuk mobil, teknik cuci steam juga bisa digunakan untuk mencuci motor. Biasanya, teknik ini memakan waktu selama 30-60 menit. Cuci steam mobil aman untuk dilakukan secara rutin, apalagi jika mobil anda sering digunakan untuk perjalanan jauh dan sering terkena air hujan. Air hujan yang bersifat asam dapat membuat mobil berkarat apabila dibiarkan tidak dicuci terlalu lama. Oleh karena itu, sebaiknya mobil dicuci setiap 2-3 minggu sekali atau setidaknya sebulan sekali. (sumber : www.hyundai.com/cucisteammobil-, 2023)

Seiring berjalannya waktu, bisnis pencucian kendaraan bermotor mulai dikenal di kalangan masyarakat Indonesia terutama di Kota Bandung, salah satunya Shine & Clean Autocare yang berlokasi di Jalan Caringin, Babakan Ciparay, Kota Bandung. Shine & Clean Autocare terbentuk dari obrolan santai tiga orang sahabat yang mempunyai keresahan yang sama yaitu susah menemukan tempat cuci mobil yang bagus dan nyaman, dalam obrolan tersebut salah seorang sahabat memberikan ide untuk menyelesaikan keresahan mereka dengan membuat sendiri tempat cuci mobil yang sesuai dengan keinginan mereka yaitu bagus dan nyaman, akhirnya mereka mulai memasuki obrolan serius dan mulai menyusun rencana bisnis untuk membuat tempat cuci mobil. Keesokan harinya mereka mulai membeli satu demi satu alat-alat yang diperlukan untuk membuat tempat cuci mobil yang bagus dan nyaman, dimulai dengan mencari ruko yang di sewakan sebagai tempat cuci mobil, lalu alat-alat yang diperlukan, dan terakhir adalah merenovasi sebagian bangunannya, akhirnya pada tanggal 23 Januari 2023 mereka mulai resmi membuka tempat

cuci mobil dengan nama Shine & Clean Autocare dengan jargon “stay clean, keep it shine” yang artinya “tetap bersih, jaga tetap bersinar”. (sumber : Dokumen Perusahaan, 2023)

Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka penulis merumuskan masalah antara lain :

1. Bagaimana kualitas layanan pada perusahaan Shine & Clean Autocare.
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada perusahaan Shine & Clean Autocare.
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan Shine & Clean Autocare.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran bagi seluruh pelaku bisnis adalah suatu kegiatan yang sangat penting karena berpengaruh bagi kelangsungan hidup, laba dan pertumbuhan. Menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Kualitas Layanan

Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas layanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan Perusahaan. Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Layanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin “Satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Menurut Westbrook & Reilly, (dalam Suriah I. N., 2023) mengungkapkan bahwa 20 kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli.

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Pada variabel bebas terdiri dari kualitas layanan, sedangkan pada variabel terikat terdiri dari kepuasan pelanggan. Kualitas layanan adalah landasan utama untuk mengetahui

tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini Perusahaan dapat dikatakan baik apabila mampu menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan, kualitas layanan juga bisa diartikan sebagai taraf kepuasan pelanggan. Dimana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis layanan satu dengan layanan lain yang homogen. Sebagai akibatnya, pelanggan bisa mengetahui perbandingan tingkat kualitas layanan antara perusahaan A dan B. Dari kedua variabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan penjelasan diatas, tujuan dari penelitian ini ialah untuk menguji pengaruh satu variabel independen, yaitu kualitas layanan terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Berdasarkan hubungan tersebut maka kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kualitas Layanan (X)

1. *Tangible* (Bukti Langsung)
2. *Reliability* (Keandalan)
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
4. *Assurance* (Jaminan)
5. *Empathy* (Empati)

Sumber : Hasan et al., 2022

Kepuasan Pelanggan (Y)

1. Kualitas Produk
2. Harga
3. Kualitas Layanan
4. Faktor Emosional
5. Biaya dan Kemudahan

Sumber : Irawan (dalam Suriah I. N., 2023)

Gambar ii 1
Kerangka ii i Pemikiran
Sumber : Data ii i Olahan Penulis

METODELOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

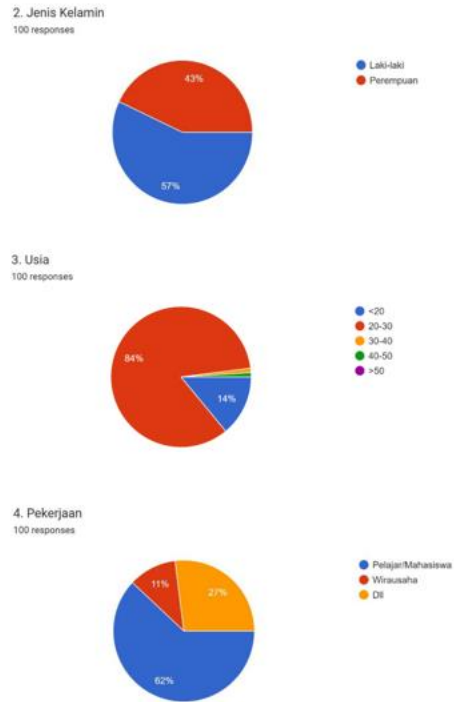
Jenis penelitian terbagi menjadi tiga macam yaitu metode kuantitatif, metode kualitatif dan metode kombinasi yaitu menggunakan dua metode (kuantitatif dan kualitatif), Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis data.

Menurut Sugiyono (2018:15) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dilakukan berdasarkan filsafat, positivisme dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

PEMBAHASAN

Analisis Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, data responden diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada 100 orang responden yang rata-rata merupakan masyarakat Kota Bandung yang pernah menggunakan jasa wash atau detailing ataupun coating di Shine & Clean Autocare Bandung pada tahun 2023. Data responden akan dijelaskan melalui diagram atau grafik untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan penjelasan dari hasil yang diperoleh dari penelitian. Karakteristik responden yang diteliti yaitu jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.



Berdasarkan gambar diatas diketahui dari 100 responden sebanyak 57% (57 orang) responden berjenis kelamin Laki-laki dan 43% (43 orang) responden berjenis kelamin Perempuan, sebanyak 1% (1 orang) responden berusia 30 – 40 tahun, 1% (1 orang) responden berusia 40 – 50 tahun 14% (14 orang) responden berusia 20 tahun dan 84% (84 orang) responden berusia 20 – 30 tahun, dan sebanyak 11% (11 orang) memiliki pekerjaan sebagai wirausaha, 27% (27 orang) responden memiliki pekerjaan selain wirausaha, dan 62% (62 orang) adalah pelajar/mahasiswa.

Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Dari hasil pengujian reliabilitas menggunakan IBM SPSS Statistic 26 menunjukkan hasil bahwa variabel Kualitas Layanan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,951 dengan jumlah pernyataan sebanyak 15 pernyataan dan variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,921 dengan jumlah pernyataan sebanyak 5 pernyataan. Kedua hasil tersebut lebih besar dari nilai yang sudah ditentukan yaitu 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua varibel tersebut reliabel.

Tabel 4. 2 Hasil Output Uji Reliabilitas 100 Responden

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Kesimpulan
Kualitas Layanan	0,951	15	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,921	5	Reliabel

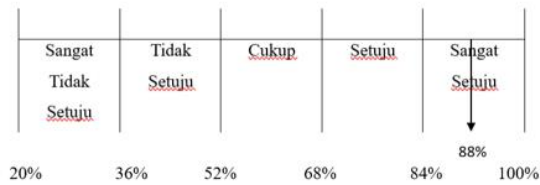
Sumber : Data Hasil Olahan Penulis, 202

Tabel 4.1 Hasil Olah Data Uji Validitas 100 Responden

Variabel	No. Item	rhitung	Rtabel	Kesimpulan
Kualitas Layanan (X)	1	0,705	0,195	Valid
	2	0,823	0,195	Valid
	3	0,831	0,195	Valid
	4	0,811	0,195	Valid
	5	0,835	0,195	Valid
	6	0,840	0,195	Valid
	7	0,848	0,195	Valid
	8	0,798	0,195	Valid
	9	0,821	0,195	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	10	0,840	0,195	Valid
	11	0,684	0,195	Valid
	12	0,753	0,195	Valid
	13	0,820	0,195	Valid
	14	0,827	0,195	Valid
	15	0,836	0,195	Valid
	16	0,856	0,195	Valid
	17	0,895	0,195	Valid
	18	0,882	0,195	Valid
	19	0,922	0,195	Valid
	20	0,840	0,195	Valid

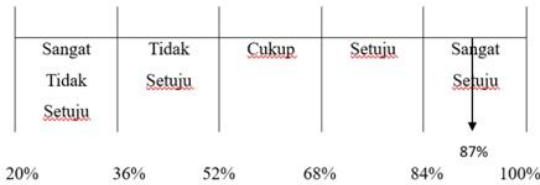
Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2023

Analisis Deskriptif



Gambar 4.4 Garis Kontinum Kualitas Layanan

Sumber : Hasil Olah Data Penulis, 2023



Gambar 4.5 Garis Kontinum Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data Penulis, 2023

Berdasarkan gambar diatas yang merupakan garis kontinum menyatakan Kualitas Layanan (X) memiliki rata-rata persentase 88% yang menunjukkan tanggapan responden termasuk dalam rentang 84% - 100% yang berarti posisi variabel Kualitas Layanan dinilai "Sangat Puas". Sementara variabel Kepuasan Pelanggan(Y) memiliki rata-rata persentase sebesar 87% yang berarti posisi variabel Kepuasan Pelanggan dinilai "Sangat Puas".

Uji F dan Koefisien Determinasi

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	733.227	1	733.227	367.508	.000 ^b
	Residual	195.523	98	1.995		
	Total	928.750	99			

a. Dependent Variable: totally

b. Predictors: (Constant), TotalX

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.522	2.117

a. Predictors: (Constant), TotalX

b. Dependent Variable: totally

Berdasarkan analisis pada tabel diatas, dengan berdasarkan nilai hitung dan tabel, maka diperoleh $f_{hitung} = 367,508 > f_{tabel} = 3,940$. Dan berdasarkan analisis pada tabel diatas, Dengan berdasarkan nilai signifikansi, apabila dibawah $<0,05$ maka dikatakan berpengaruh, dapat dilihat pada tabel bahwa nilai signifikansinya adalah 0,000 maka berdasarkan nilai signifikansi dapat diambil kesimpulan bahwa Kualitas Layanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Y). Sementara Analisis koefisien determinasi (R Square) digunakan untuk menerangkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,726 yang berarti terdapat hubungan yang sangat kuat antar variabel dan nilai R Square sebesar 0,527 yang berarti Kualitas Layanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 52,7% sedangkan 47,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 orang yang menggunakan jasa Shine & Clean Autocare Bandung dan pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistic 26, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel (X), Kualitas Layanan termasuk kedalam kategori "Sangat Puas" dengan rata-rata skor total 88%. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi Kualitas Layanan yang diberikan oleh Shine & Clean Autocare Bandung dianggap baik oleh masyarakat.
2. Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel (Y), Kepuasan Pelanggan termasuk dalam kategori "Sangat Puas"

dengan rata-rata skor total 87%. Jika dimasukkan kedalam garis kontinum termasuk kedalam kategori “Sangat Puas”. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan konsumen Shine & Clean Autocare Bandung cukup tinggi.

3. Berdasarkan analisis, diperoleh thitung = 3,387 > ttabel = 1,984. Maka secara parsial, Kualitas Layanan (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Maka dapat disimpulkan, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka berdasarkan nilai signifikansi dapat diambil kesimpulan bahwa Kualitas Layanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan besar nilai r^2 0,527 atau yang berarti 52,7%.

Berdasarkan dari hasil kesimpulan diatas maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

A. Saran bagi Perusahaan

1. Berdasarkan hasil peneliti yang dilakukan untuk variabel Kualitas Layanan secara keseluruhan, pada pernyataan 9 mendapatkan persentase terendah, berdasarkan hasil tersebut diharapkan Shine & Clean Autocare Bandung lebih informatif terhadap jadwal pengerjaan kepada pelanggan dengan 56 tujuan meningkatkan kenyamanan pelanggan dan meningkatkan Kepuasan Pelanggan Shine & Clean Autocare Bandung.
2. Berdasarkan hasil peneliti yang dilakukan pada variabel Kepuasan Pelanggan secara keseluruhan pada pernyataan 16, 17, 18, dan 19 mendapatkan persentase terendah, berdasarkan hasil tersebut diharapkan Shine & Clean Autocare Bandung dapat meningkatkan layanan kepada pelanggan dan memaksimalkan kualitas agar pelanggan tidak mengalami pengalaman buruk selama menggunakan jasa di Shine & Clean Autocare Bandung dengan cara memastikan kondisi kendaraan dari pelanggan, melakukan konfirmasi sebelum dan sesudah pengerjaan, lebih memperhitungkan tarif layanan agar pelanggan tidak merasa

keberatan, dan menanggapi dengan tepat masalah yang dimiliki pelanggan saat menggunakan jasa di Shine & Clean Autocare Bandung.

B. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya meneliti tentang pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan maka untuk peneliti selanjutnya disarankan :

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan meneliti mengenai variabel yang berbeda dari Kualitas Layanan, Ada baiknya untuk peneliti selanjutnya dapat mencari faktor-faktor selain dari variabel Kualitas Layanan seperti Penetapan Harga, Personal Experience, dan Promosi yang dapat berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan Shine & Clean Autocare Bandung.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel dalam penelitian. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan dapat lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afifuddin, & Saebani, B. A. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 1(2): 123-134.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Daryanto, L. H., dan Hasiholan, L. B. (2019). The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi” Pak Man Semarang. *Journal of Management*, Vol. 5, No. 5.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriantoro, Nur, Supomo, Bambang (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. ANDI Yogyakarta, 2018.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Latief, A. (2018). *Analisis Pengaruh Produk,*

Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90-99.

Mulyapradana, Aria., & Lazulfa Indah, Atik. 2018. Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Di PT.BAM Kabupaten Tegal. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol)*. Vol.1 Nomor Februari 2018, pISSN:2599-1779. e-ISSN:2599-1787.

Penilasari, Yanistiya., Nugraha, Jaka. 2021. Penggunaan Servqual Dalam Kualitas Pelayanan Bidang Administrasi Di Kecamatan Gayaungan Surabaya, *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol 15 No 2.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2019) *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Yogyakarta: CV Andi.

Website

www.gaikindo.or.id/databpsjumlahkendaraanbermotorindiindonesia

www.hyundai.com/cucisteammobilwww.scribd.com/MakalahCarwash

Jurnal

Ahmad Zikri, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *journal JIKEM*, 923-926.

Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: edisi 1*. Airlangga University Press.

Henny Utarsih, L. R. (2020). Pengaruh Brand Trust dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Produk Sabun Mandi Cair Lifebuoy di Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*.

Imran, M. i. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap minat beli ulang makanan dirumah makan ayam bakar wong solo alauddin kota makasar. *Jurnal profitability Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.

Noor, S. L. (2019). Hubungan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di King Coffe Malang. *Malang*.

Nunjiyatul imaroh, n. (2022). Pengaruh brand reputation dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian branded preloved di thrifshop online instagram. *Jurnal Manajemen*, 239-245.

Yandra Pradana, D. R. (2019). Penerapan

Metode Service Quality (Servqual) untuk peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*.

Yanistiya Penilasari, J. N. (2021). Penggunaa Servqual dalam kualitas pelayanan bidang administrasi di kecamatan gayaungan surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.

