

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (Studi Kasus pada Pelayanan Dealer Bengkel Sentra Anugrah Motor di Terusan Bojong Soang, Bandung)
CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS USING Importance Performance Analysis (Case Study on Dealer Service Centers Anugrah Motor workshop in Bandung Soang Bojong Canal)

Surya Siboro¹, Heppy Millanyani, S.Sos, MM²

Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

TELKOM UNIVERSITY

suryasib@gmail.com¹, heppymillanyani@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen pada bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung. Kepuasan konsumen diketahui dengan membandingkan antara Kinerja dan harapan konsumen Bengkel Senta Anugrah Motor Bandung.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner yang dibagikan kepada 150 orang responden, teknik pengambilan sampling *non-probability* dengan pendekatan *accidental*, kemudian data diolah dengan skala Likert, rentang skala, analisis deskriptif dan IPA (*Importance Performance Analysis*). Adapun hasil analisis penelitian ini menggunakan 24 indikator dimensi kualitas layanan (kinerja) dan 24 indikator harapan konsumen, pada dimensi kualitas layanan (*tangible, reability, responsibility, assurance, empaty*). Berdasarkan hasil analisis menurut responden untuk kinerja bengkel Sentra Anugrah Motor adalah 68,63% dapat dikategorikan baik, sedangkan untuk harapan konsumen adalah 75,12% dapat dikategorikan baik. Artinya, konsumen masih belum merasa puas dengan layanan yang diberikan Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung.

Berdasarkan hasil dari penerapan IPA (*Importance Performance Analysis*) pada penelitian ini dapat diketahui atribut yang harus ditingkatkan oleh Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung yaitu, ketelitian pengerjaan oleh mekanik, kecepatan pengerjaan mekanik, kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang, kualitas *service* yang diberikan, prestasi dalam pelayanan, penilaian dalam pelayanan *service* kendaraan, perasaan aman selama berurusan dengan dealer, kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu, area lahan parkir dan kebersihan toilet.

Kata kunci : **Kepuasan konsumen, *Importance Performance Analysis*, dimensi Kualitas Layanan**

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara konsumen terbesar nomor tiga setelah China dan India untuk sepeda motor, pada tahun 2011 sebanyak 8 juta sepeda motor baru terjual di Indonesia. Pada tahun 2013 Yamaha menjual produknya dipasar sebesar 31,24% dibawah pesaing terberatnya Honda menjual produknya dipasar sebesar 61,33%, selebihnya dikuasai merek pesaing lainnya.

Setiap harinya dealer mengeluarkan ribuan unit sepeda motor dari bermacam-macam merek. Dengan jumlah motor yang besar ini tentu, bengkel sepeda motor juga diperlukan dalam jumlah yang besar pula. Hal ini untuk perawatan sepeda motor tersebut.

Peluang usaha perbengkelan motor merupakan peluang usaha yang menjanjikan dan terbuka semakin luas. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif

bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang terlibat dalam bidang yang sama. Dengan keadaan ini selain menjual motor, setiap *dealer* Yamaha juga menyediakan layanan perawatan sepeda motor Yamaha atau bengkel. Salah satu bengkel yang menyediakan layanan motor Yamaha adalah “Sentra Anugrah Motor” yang berada di Jl. Terusan Bojong Soang Cijagra No.15a Bandung Selatan.

Pada tahun 2011 penambahan penduduk Bojong Soang, Bandung yang dikarenakan perpindahan fakultas MBTI dan Akutansi, dimana sebagian mahasiswanya memiliki sepeda motor sebagai kendaraanya. Beberapa dari mahasiswa menggunakan sepeda motor bermerek Yamaha.

Tabel 1.1
Data pelanggan Pelayanan Sepeda Motor Yamaha di Sentra Anugrah Motor Di Bojong Soang, Bandung Tahun 2011-2013

| Bulan | 2011 | | 2012 | | 2013 | |
|-----------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| | Kuantitas | presentasi | Kuantitas | presentasi | Kuantitas | Presentasi |
| Januari | 722 | 9,5 | 523 | 6,9 | 584 | 8.07 |
| Februari | 648 | 8,52 | 566 | 7,48 | 678 | 9,37 |
| Maret | 675 | 8,87 | 613 | 8,1 | 515 | 7,12 |
| April | 786 | 10,33 | 645 | 8,52 | 675 | 9,33 |
| Mei | 631 | 8,29 | 603 | 9,29 | 609 | 8,42 |
| Juni | 589 | 7,74 | 634 | 8,38 | 603 | 8.33 |
| Juli | 645 | 8,48 | 632 | 9,67 | 625 | 8,64 |
| Agustus | 695 | 9,14 | 604 | 7,98 | 600 | 8,29 |
| September | 549 | 7,22 | 647 | 8,55 | 526 | 7,27 |
| Oktober | 629 | 8,27 | 614 | 8,2 | 652 | 9.01 |
| November | 492 | 6,47 | 610 | 8,06 | 611 | 8,45 |
| Desember | 542 | 7,12 | 673 | 8,89 | 553 | 7,64 |
| Total | 7603 | 100 | 7364 | 100 | 7231 | 100 |

Sumber: Data yang telah diolah kembali, Sentra Anugrah Motor

Berdasarkan tabel 1.1, dapat diketahui bahwa dalam periode tiga tahun terakhir dari tahun 2011 sampai 2012 bengkel Sentra Anugrah Motor mengalami penurunan jumlah pelanggan, maka dapat diduga beberapa pelanggan bengkel Sentra Anugrah Motor pindah menggunakan jasa bengkel

lain. Berdasarkan data tabel 1.1 menunjukkan jumlah pelanggan mengalami penurunan dari tahun 2011 sampai 2012 sebesar 239 unit dan penurunan dari tahun 2012 sampai 2013 sebesar 133 unit.

Berdasarkan observasi pendahuluan yang dilakukan peneliti dengan mewawancarai Pak Hendrik selaku kepala mekanik (*chief mechanic*). Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pelayanan bengkel *dealer* Yamaha Sentra Anugrah Motor, menawarkan pelayanan sesuai standar nasional layanan dari Yamaha itu sendiri, seperti melakukan SOP (Standar Operasi Pelayanan bengkel) dan pemeriksaan awal kerusakan/keluhan sepeda motor yang diperiksa langsung oleh bapak Hendrik sendiri, tahap ini dilakukan sebelum masuk ke tahap perbaikan/selanjutnya. Tahap ini bertujuan untuk membicarakan kerusakan yang dialami dan pengantian suku cadang yang perlu diganti kepada pihak konsumen langsung.

Dari hasil observasi dengan wawancara yang dilakukan kepada pak Hendrik selaku kepala mekanik (pada tanggal 7 maret 2014). Mengenai kualitas layanan yang telah diberikan kepada pelanggannya sudah baik dan menawarkan pelayanan sesuai standar nasional layanan dari Yamaha. Hal ini berbanding terbalik dengan pernyataan konsumen yang menyatakan konsumen belum puas dengan pelayanan yang diberikan bengkel Sentra Anugrah Motor di Bojong Soang, Bandung.

Penelitian ini perlu dilakukan karena, kualitas pelayanan yang menjadi poin utama dalam jasa perbengkelan ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan persaingan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan seorang pelanggan.

Kualitas layanan didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen, menurut Wijaya (2011:11). Ada 5 dimensi kualitas layanan, yaitu reabilitas, responsivitas, jaminan (*assurance*), empati, dan bukti fisik (*tangibles*) menurut Tjiptono (2012:75).

Kualitas pelayanan harus ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja yang diterima dan yang diharapkan, menurut Kotler, 1997 dalam Danang Sunyoto (2012:193). Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan cara menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*), dengan membandingkan *perceived service* (persepsi layanan) dan *expected service* (harapan layanan).

Sesuai dengan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti judul **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*” (Studi Kasus pada Pelayanan Dealer Bengkel Sentra Anugrah Motor di Terusan Bojong Soang, Bandung).**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut

- a) Bagaimana kinerja pelayanan bengkel *dealer* Yamaha Sentra Anugrah Motor?
- b) Bagaimana harapan pelanggan bengkel *dealer* Yamaha Sentra Anugrah Motor?
- c) Mengetahui atribut yang harus ditingkatkan terhadap kepuasan konsumen?
- d) Mengetahui atribut yang perlu dipertahankan terhadap kepuasan konsumen?
- e) Bagaimana kepuasan konsumen dibengkel *dealer* Yamaha Sentra Anugrah Motor?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a) Untuk mengetahui kinerja pelayanan bengkel *dealer* Yamaha Sentra Anugrah Motor.
- b) Untuk mengetahui harapan pelanggan bengkel *dealer* Yamaha Sentra Anugrah Motor.
- c) Untuk mengetahui atribut yang harus ditingkatkan terhadap kepuasan konsumen.
- d) Untuk mengetahui atribut yang harus dipertahankan terhadap kepuasan konsumen.
- e) Untuk mengetahui kepuasan konsumen dibengkel *dealer* Yamaha Sentra Anugrah Motor.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Jumingan (2009:4) proyek adalah suatu pendirian usaha baru atau pengenalan sesuatu yang baru kedalam suatu produk mix yang sudah ada. Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan mempertukarkan tawaran (*offerings*) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum (AMA 2007 dalam Tjiptono 2012:15).

2.2 Pengertian Jasa

Jasa dapat diartikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler & Keller, 2012 dalam Tjiptono, 2012: 300).

2.3 Karakteristik Jasa

Jasa memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dengan barang. Karakteristik jasa tersebut adalah (Sunyoto, 2012:189):

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bisa dilihat, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Agar kepercayaan konsumen dapat ditingkatkan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pemilik jasa, yaitu:

- a. Meningkatkan visualisasi jasa.
- b. Pemberi jasa tidak hanya menggambarkan ciri-ciri suatu jasa, tetapi menekankan mamfaat dari jasa tersebut.

- c. Penataan fisik, harus menjurus pada pelayanan yang cepat dan efisien. Harus menimbulkan kesan bersih dan rapi.
- d. Penataan dokumentasi, harus dilakukan dengan penataan yang rapi, terjamin keamanannya dan efisien.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Suatu bentuk jasa yang tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah apakah sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu hadir atau tidak hadir, produk fisik yang berwujud tetap ada.

3. Heterogenitas

Industrial jasa atau penjual jasa individu tidak mungkin mengadakan standartisasi *output*. Setiap unit jasa itu berbeda satu sama lain.

4. Cepat Hilang dan Permintaan yang Fluktuasi

Jasa itu cepat hilang dan tidak dapat disimpan, dan pasaran jasa itu berubah-ubah menurut musim, menurut jam, dan hari. Kerena itu cepat rusak dan permintaan cepat rusak dan permintaan berubah-ubah, maka perlunya pengolaan yang tepat.

2.4 **Kualitas Layanan**

Kualitas adalah kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan/penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan/cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan dari awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal, dan sesuatu secara benar sejak awal, dan sesuatu yang dapat membahagiakan konsumen (Tjiptono & Chandra 2002 dalam Wijaya, 2011:17).

2.5 **Dimensi Kualitas layanan**

Kualitas diperlukan dalam penyediaan produk atau jasa kepada pelanggan. Layanan yang berkualitas layanan yang dapat menyebabkan konsumen merasa puas. Menurut Tjiptono (2012:75) telah mengajukan 5 dimensi kualitas layanan, yaitu:

1. reabilitas, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Responsivitas yaitu, keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*assurance*) yakni, mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko, atau keragu-raguan.
4. Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti fisik (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

2.6 **Prilaku Konsumen**

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan kejadian disekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka. Dengan kata lain, perilaku konsumen melibatkan pikiran dan pengalaman perasaan orang dan tindakan yang mereka lakukan dalam proses konsumsi. Dari definisi tersebut terdapat 3 (tiga) ide penting perilaku konsumen, yaitu :

1. Perilaku konsumen bersifat dinamis. Itu berarti bahwa perilaku seorang konsumen, grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu.
2. Perilaku konsumen melibatkan interaksi antara afeksi (perasaan) dan kognisi (pemikiran), perilaku dan kejadian di sekitar.
3. Perilaku konsumen melibatkan pertukaran, karena itu peran pemasaran adalah untuk menciptakan pertukaran dengan konsumen melalui formulasi dan penerapan strategi pemasaran (AMA dalam Peter & Olson, 2012:5-10).

Sedangkan menurut Kotler & Keller (2012:173) bahwa, “perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”.

2.7 Kepuasan Konsumen

Kotler & Keller (2012:150), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pembeli akan bergantung kepada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan pengguna layanan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. (Buchory & Saladin, 2010:67).

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:7) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

Metode yang digunakan adalah deskriptif. Menurut Siregar (2013:15) metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara satu dengan variabel yang lain. Pendekatan yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah survey karena populasi yang diambil merupakan populasi besar dan data yang dipelajari diambil dari data sampel yang diambil dari populasi.

Menurut Sugiyono (2012:38) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Instrumen penilaian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner dari variabel kualitas jasa yang diukur terdiri dari lima dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*.

Berdasarkan hasil penilaian kinerja pelayanan jasa Bengkel Sentra Anugrah Motor dan penilaian harapan konsumen maka dihasilkan kesesuaian responden. Tingkat kesesuaian responden adalah perbandingan skor penilaian kinerja jasa layanan dengan skor harapan konsumen. Tingkat kesesuaian responden inilah yang akan menentukan urutan prioritas yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan satu variabel yaitu: variabel kepuasan konsumen dengan menggunakan skala ordinal dan menggunakan teknik analisis data IPA (*Importance Performance Analysis*).

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Mulyatiningsih (2012:29) mengemukakan bahwa supaya tanggapan responden lebih tegas pada posisi yang mana, maka disarankan menggunakan empat skala jawaban saja dan tidak menggunakan pilihan jawaban netral.

Menurut Sugiyono (2012:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang melakukan *service* di Bengkel Sentra Anugrah yang berada di Jl. Terusan Bojong Soang Cijagra No.15a Bandung.

Sampel menurut Sugiyono (2012:81) merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui teknik *accidental* sampling atau sampling kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan (*accidental*) bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2012:25). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 orang.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan *Importance Performance Analysis* (Studi kasus pada Pelayanan Dealer bengkel Sentra Anugrah Motor di Terusan Bojong Soang, Bandung) melalui data penyebaran kuesioner kepada 150 responden yaitu kepada konsumen Dealer bengkel Sentra Anugrah Motor di Terusan Bojong Soang, Bandung yang memiliki motor Yamaha sebagai kendaraannya.

Data karakteristik responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari penelitian. Adapun karakteristik responden yang diteliti meliputi :

- a. Karakteristik responden berdasarkan usia, untuk mengetahui mayoritas konsumen bengkel Sentra Anugrah Motor berdasarkan usia.

- b. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, untuk mengetahui mayoritas konsumen bengkel Sentra Anugrah Motor berdasarkan jenis kelamin.
- c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, untuk mengetahui mayoritas konsumen bengkel Sentra Anugrah Motor berdasarkan pekerjaan.
- d. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir, untuk mengetahui mayoritas konsumen bengkel Sentra Anugrah Motor berdasarkan pendidikan terakhir.
- e. Karakteristik responden berdasarkan jumlah penggunaan jasa bengkel Sentra Anugrah Motor di Terusan Bojong Soang, Bandung, untuk mengetahui mayoritas konsumen bengkel Sentra Anugrah Motor berdasarkan berapa kali melakukan *service*.
- f. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan, untuk mengetahui mayoritas konsumen bengkel Sentra Anugrah Motor berdasarkan jumlah pendapatan perbulan.
- g. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Motor Yamaha, untuk mengetahui mayoritas konsumen bengkel Sentra Anugrah Motor berdasarkan jenis sepeda motor yang dimiliki konsumen.

Penggambaran data karakteristik responden perlu dilakukan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif tentang bagaimana keadaan responden penelitian, yang boleh jadi diperlukan untuk mengelaborasi data hasil pengukuran variabel-variabel yang diteliti jika sekiranya terdapat data yang memerlukan penjelasan dan penafsiran lebih lanjut yang dapat berlanjut dalam menyimpulkan hasil penelitian.

4.2.1 Hasil Pengolahan Kuesioner Tanggapan Responden Terhadap kinerja yang dibandingkan dengan Harapan Konsumen Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung

a) Penilaian Konsumen terhadap kinerja Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung

Tabel 4.1

Rata-rata Penilaian Konsumen terhadap kinerja Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung

| No. | Atribut Layanan | Rata-rata |
|-----|-----------------------|----------------|
| | | Kinerja |
| 1 | <i>Reliability</i> | 68,66% |
| 2 | <i>Responsiveness</i> | 65,8% |
| 3 | <i>Empaty</i> | 75,03% |
| 4 | <i>Assurance</i> | 67,42% |
| 5 | <i>Tangible</i> | 66,25% |
| | Jumlah | 343,16% |
| | Rata-rata | 68,63% |

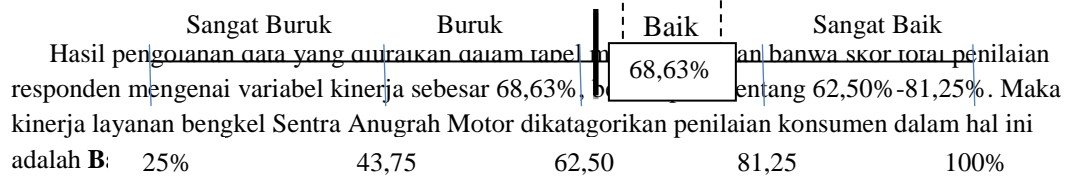
Berdasarkan tabel 4.6 rata-rata skor harapan konsumen dapat klasifikasi penilaian berdasarkan persentase skor dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2
Kategori Interpretasi Skor

| Persentase | Kategori |
|-------------------|--------------|
| 25,00% - 43,75% | Sangat Buruk |
| > 43,76% - 62,50% | Buruk |
| >62,51% - 81,25% | Baik |
| >81,26% - 100% | Sangat Baik |

Skor tanggapan responden serta jarak interval digabungkan dan dikonversi menjadi gambar sebagai berikut :

Gambar 4.1.
Garis Kontinum Kinerja



b. Penilaian Harapan terhadap kinerja Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung

Tabel 4.3
Rata-rata Penilaian Konsumen terhadap harapan Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung

| No. | Atribut Layanan | Rata-rata Harapan |
|-----|-----------------------|-------------------|
| 1 | <i>Reliability</i> | 75,32% |
| 2 | <i>Responsiveness</i> | 76,25% |
| 3 | <i>Empaty</i> | 74,43% |
| 4 | <i>Assurance</i> | 75,02% |
| 5 | <i>Tangible</i> | 74,6% |
| | Jumlah | 375,62% |
| | Rata-rata | 75,12% |

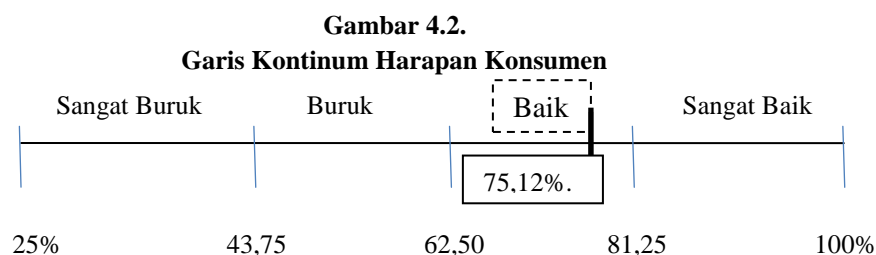
Berdasarkan tabel 4.12 rata-rata skor harapan konsumen dapat diklasifikasikan penilaian berdasarkan persentase skor dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4
Kategori Interpretasi Skor

| Persentase | Kategori |
|------------|----------|
|------------|----------|

| | |
|-------------------|--------------|
| 25,00% - 43,75% | Sangat Buruk |
| > 43,76% - 62,50% | Buruk |
| >62,51% - 81,25% | Baik |
| >81,26% - 100% | Sangat Baik |

Skor tanggapan responden serta jarak interval digabungkan dan dikonversi menjadi gambar sebagai berikut :



Hasil pengolahan data yang diuraikan dalam tabel memperlihatkan bahwa skor total penilaian responden mengenai Harapan konsumen 75,12%, berada pada rentang 62,50%-81,25%. Maka kinerja layanan bengkel Sentra Anugrah Motor dikategorikan penilaian konsumen dalam hal ini adalah **Baik**.

Menurut Philip Kotler (2007:177) bahwa kepuasan adalah: “ perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa senang atau puas”.

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa kinerja Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung secara rata-rata kurang dari harapan konsumen, skor kinerja rata-rata dibandingkan harapannya yaitu $68,63\% < 75,12\%$ yang artinya konsumen belum merasa puas dengan layanan yang diberikan Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung.

4.2.2 Analisis IPA (*Importance Analysis Performance*)

Berdasarkan skor hasil penilaian kinerja jasa pelayanan Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung dan skor kepentingan konsumen maka akan dihasilkan tingkat kesesuaian responden. Tingkat kesesuaian responden adalah hasil perbandingan skor penilaian kinerja jasa pelayanan dengan skor penilaian konsumen. Tingkat kesesuaian responden inilah yang menentukan peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Di bawah ini hasil perhitungan analisis IPA atas kinerja Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung dan harapan konsumen.

Tabel 4.5
Rata-rata atribut dimensi Kinerja dan Harapan

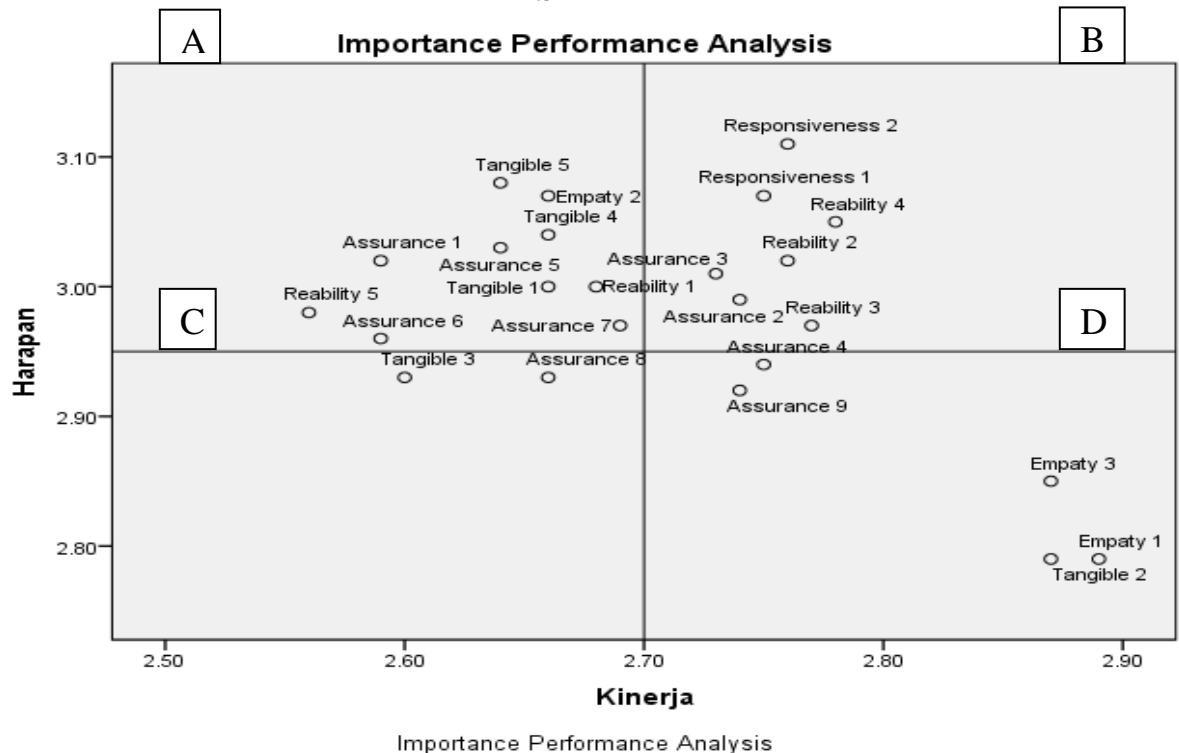
| No | Atribut Layanan | Total skor Kinerja | Total skor Harapan | Rata-rata kinerja | Rata-rata harapan | Kuadran |
|-----------------------|------------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|-------------------|---------|
| A. Reliability | | | | | | |
| 1. | Ketelitian pengerjaan oleh mekanik | 408 | 449 | 2,68 | 3,00 | A |
| 2. | Keterampilan mekanik | 401 | 441 | 2,76 | 3,02 | B |
| 3. | Kecekatan mekanik dalam | 415 | 446 | 2,77 | 2,97 | B |

| | | | | | | |
|--------------------------|---|-----|-----|------|------|---|
| | melayani pelanggan | | | | | |
| 4. | Kelengkapan alat <i>service</i> | 413 | 456 | 2,78 | 3,05 | B |
| 5. | Kecepatan kerja mekanik | 391 | 468 | 2,63 | 3,11 | A |
| B. Responsiveness | | | | | | |
| 6. | Adanya penjelasan tentang kualitas suku cadang asli | 407 | 462 | 2,75 | 3,07 | B |
| 7. | Kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang | 383 | 453 | 2,76 | 3,11 | B |
| C. Empaty | | | | | | |
| 8. | Kemudahan ketika mendaftar <i>service</i> | 531 | 441 | 2,82 | 2,79 | D |
| 9. | Pelayanan yang ramah petugas tempat pendaftaran <i>service</i> | 390 | 461 | 2,66 | 3,07 | A |
| 10. | Pelayanan yang ramah dari para mekanik | 414 | 438 | 2,87 | 2,85 | D |
| D. Assurance | | | | | | |
| 11. | Kualitas <i>service</i> yang diberikan Bengkel Sentra Anugrah Motor | 406 | 453 | 2,73 | 3,01 | A |
| 12. | Kualitas <i>spare part</i> yang terjamin | 412 | 449 | 2,74 | 2,99 | B |
| 13. | Garansi <i>spare part</i> Yamaha | 395 | 466 | 2,59 | 3,1 | B |
| 14. | Kemudahan dalam memperoleh <i>spare part</i> | 409 | 444 | 2,75 | 2,94 | D |
| 15. | Prestasi dalam pelayanan <i>service</i> di dealer resmi Yamaha | 385 | 474 | 2,64 | 3,03 | A |
| 16. | Penilaian dalam pelayanan <i>service</i> kendaraan di Bengkel Sentra Anugrah Motor | 412 | 445 | 2,59 | 2,96 | A |
| 17. | Perasaan aman selama berurusan (<i>service</i>) dengan dealer resmi Yamaha Bengkel Sentra Anugrah Motor | 400 | 440 | 2,69 | 2,97 | A |
| 18. | Pihak dealer resmi yamaha bertanggung jawab penuh atas hasil <i>service</i> kendaraan | 398 | 439 | 2,66 | 2,93 | C |
| 19. | Antrian <i>service</i> yang tertatur | 408 | 441 | 2,74 | 2,92 | D |
| E. Tangible | | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------|--|-------|-------|-------|-------|---|
| 20. | Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV, majalah, koran, dll) | 387 | 451 | 2,66 | 3 | A |
| 21. | Tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu, kebisingan, pencahayaan) | 414 | 441 | 2,87 | 2,79 | D |
| 22. | Kebersihan ruang tunggu | 386 | 439 | 2,6 | 2,93 | C |
| 23. | Area lahan parkir | 396 | 458 | 2,66 | 3,04 | A |
| 24. | Kebersihan toilet | 405 | 449 | 2,64 | 3,08 | A |
| Total | | 9701 | 10751 | 64,58 | 71,63 | |
| Rata-rata | | 404,2 | 447,9 | 2,71 | 2,98 | |

jika digambarkan kartesius sebagaimana tertera dibawah ini:

Gambar
4.3



Berdasarkan gambar 4.20 dapat dideskripsikan kualitas layanan kepada konsumen dipersepsikan sebagaimana tergambar dalam kuadran berikut ini:

1. Kuadran A

Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan namun tidak terlaksanakan dengan baik oleh Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Ketelitian pengerjaan oleh mekanik (*reliability 1*)
- Kecepatan pengerjaan oleh mekanik (*reliability 5*)

- Kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang (*Empaty 2*)
 - Kualitas *service* yang diberikan Bengkel Sentra Anugrah Motor (*Assurance 1*)
 - Prestasi dalam pelayanan *service* di dealer resmi Yamaha (*Assurance 5*)
 - Penilaian dalam pelayanan *service* kendaraan di Bengkel Sentra Anugrah Motor (*Assurance 6*)
 - Perasaan aman selama berurusan (*service*) dengan dealer resmi Yamaha Bengkel Sentra Anugrah Motor (*Assurance 7*)
 - Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV, majalah, koran, dll). (*tangible 1*)
 - Area lahan parkir (*tangible 4*)
 - Kebersihan toilet (*tangible 5*)
- Dengan demikian item-item tersebut menjadi skala prioritas utama Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung untuk diperbaiki.

2. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting dan memuaskan pelanggan yang sudah dilaksanakan dengan baik oleh Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Keterampilan mekanik (*reliability 2*)
- Kecekatan mekanik dalam melayani pelanggan (*reliability 3*)
- Kelengkapan alat *service* (*reliability 4*)
- Adanya penjelasan tentang kualitas suku cadang asli produk dari pabrik dengan yang tidak asli (*Responsiveness 1*)
- Kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang (*Responsiveness 2*)
- Kualitas *spare part* yang terjamin (*Assurance 2*)
- Garansi *spare part* Yamaha (*Assurance 3*)

Dengan demikian item-item tersebut perlu dipertahankan kinerjanya oleh pihak perusahaan.

3. Kuadran C

Kuadran C menunjukkan faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan tidak terlaksanakan dengan baik oleh Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Pihak dealer resmi Yamaha bertanggung jawab penuh atas hasil *service* kendaraan (*Assurance 8*)
 - Kebersihan ruang tunggu (*Tangible 3*)
- Dengan demikian item-item diatas dapat diabaikan/mempunyai skala prioritas rendah bagi Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung.

4. Kuadran D

Kuadran D menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh perusahaan namun dilaksanakan dengan berlebihan oleh Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Kemudahan ketika mendaftar *service* (*empaty 1*)
- Pelayanan yang ramah dari para mekanik (*empaty 3*)
- Kemudahan dalam memperoleh *spare part* (*Assurance 4*).
- Antrian *service* yang terartur (*Assurance 9*).

- Tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu, kebisingan, pencahayaan), (*Tangible2*).

Dengan demikian item-item tersebut berlebihan dilaksanakan oleh Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung, untuk itu lebih baik pihak perusahaan mengalokasikan sumber dayanya untuk prioritas utama (kuadran A) terlebih dahulu.

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.24 dengan menggunakan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) menunjukkan bahwa nilai kinerja bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung secara rata-rata kurang dari harapan konsumen. Skor kinerja rata-rata dibandingkan harapannya yaitu $2,71 < 2,98$ yang artinya konsumen tidak puas dengan layanan yang diberikan Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung. Dengan menggunakan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) dapat diketahui indikator-indikator yang harus diperbaiki, dipertahankan, diabaikan dan berlebihan yang dapat merujuk menjadi masukan bagi Bengkel Sentra Anugrah Motor.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian, analisis kepuasan konsumen dengan menggunakan IPA (*Importance Analysis Performance*) pada bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data, penilaian konsumen mengenai kinerja bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung adalah 68,63%, sehingga kinerja layanan Bengkel Senta Anugrah Motor dikategorikan baik dengan menggunakan klasifikasi penilaian kategori interpretasi skor.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui skor harapan konsumen mengenai kualitas layanan bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung adalah 75,12%, sehingga dalam hal ini harapan konsumen dapat dikategorikan baik dengan menggunakan klasifikasi penilaian kategori interpretasi skor.
3. Karakteristik Bengkel Sentra Anugrah Motor dengan menggunakan 24 indikator. Dengan analisis menggunakan IPA (*Importance Analysis Performance*), maka dapat diketahui masih terdapat 10 indikator yang harus diperbaiki kedepannya karena kualitas layanan yang diberikan lewat kinerja belum memenuhi harapan konsumen. Indikator –indikator yang perlu diperbaiki agar dapat memenuhi harapan konsumen, merujuk pada pada kuadran A, yaitu: Ketelitian pengerjaan oleh mekanik (*Reliability 1*), kecepatan pengerjaan oleh mekanik (*Reliability 5*), pelayanan yang ramah dari para mekanik (*Empaty 2*), kualitas *service* yang diberikan Bengkel Sentra Anugrah Motor (*Assurance 1*), prestasi dalam pelayanan *service* di dealer resmi Yamaha (*Assurance 5*), penilaian dalam pelayanan *service* kendaraan di Bengkel Sentra Anugrah Motor (*Assurance 6*), perasaan aman selama berurusan (*service*) dengan dealer resmi Yamaha Bengkel Sentra Anugrah Motor (*Assurance 7*), pelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV, majalah, koran, dll). (*Tangible 1*), area lahan parkir (*Tangible 4*), kebersihan toilet (*Tangible 5*).

Item-item tersebut yang menjadi prioritas utama bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen.

4. Karakteristik Bengkel Sentra Anugrah Motor dengan menggunakan 24 indikator. Berdasarkan analisis menggunakan IPA (*Importance Analysis Performance*) dalam penelitian ini menunjukkan atribut yang dianggap penting dan memuaskan pelanggan yang sudah dilakukan oleh bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung sehingga perlu dipertahankan. Item-itemnya yang berada dalam kuadran B antara lain adalah: keterampilan mekanik (*Reliability 2*), kecekatan mekanik dalam melayani pelanggan (*Reliability 3*), kelengkapan alat *service* (*Reliability 4*), adanya penjelasan tentang kualitas suku cadang asli produk dari pabrik dengan yang tidak asli (*Responsiveness 1*), kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang (*Responsiveness 2*), kualitas *spare part* yang terjamin (*Assurance 2*), garansi *spare part* Yamaha (*Assurance 3*).
5. Karakteristik Bengkel Sentra Anugrah Motor dengan menggunakan 24 butir indikator. Berdasarkan penelitian ini kepuasan konsumen diperoleh dengan membandingkan kinerja dan harapan konsumen yang meliputi variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangible*. Dari hasil perhitungan keseluruhan skor kinerja rata-rata adalah 68,63% sedangkan skor harapan konsumen adalah 75,12%. Jadi dapat dikatakan harapan konsumen lebih besar dari kinerja yang diberikan Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung, maka dapat diartikan konsumen tidak puas dengan layanan Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung. Dengan menggunakan IPA (*Importance Analysis Performance*) terdapat 7 indikator terdapat dalam kuadran B yang telah dapat memuaskan konsumen dan harus dipertahankan oleh pihak Bengkel Sentra Anugrah Motor, dan 10 indikator yang perlu ditingkatkan agar dapat memuaskan konsumen terdapat dalam kuadran A, meliputi: Ketelitian pengerjaan oleh mekanik, kecepatan pengerjaan oleh mekanik, pelayanan yang ramah dari para mekanik, kualitas *service* yang diberikan Bengkel Sentra Anugrah Motor, prestasi dalam pelayanan *service* di dealer resmi Yamaha, penilaian dalam pelayanan *service* kendaraan di Bengkel Sentra Anugrah Motor, perasaan aman selama berurusan (*service*) dengan dealer resmi Yamaha Bengkel Sentra Anugrah Motor, pelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV, majalah, koran, dll), area lahan parkir, kebersihan toilet.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi bengkel Yamaha Sentra Anugrah Motor Bandung

- a) Untuk mencapai kepuasan konsumen Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung, peneliti menyarankan memperbaiki kualitas kinerja yang merujuk pada indikator-indikator didalam kuadran A. Hasil pengolahan data yang menggunakan IPA (*Importance Analysis Performance*) yang menjadi urutan prioritas utama, yaitu : memberikan pelatihan bagi *service counter* dan *service spare parts counter*, memberikan pelatihan kepada mekanik, merekrut mekanik yang memiliki kapasitas, kualitas dan pengalaman/pengetahuan dibidang mesin sepeda motor Yamaha, mengatur kembali dekorasi ruang tunggu dan lahan parkir agar memiliki ruang yang

lebih untuk ruang tunggu dan parkir, perawatan sarana yang telah ada, seperti menjaga kebersihan toiletnya (karyawan kebersihan/OB) memastikan siswa PKL (praktek kerja lapangan) bekerja dibawah pengawasan mekanik senior, menambahkan fasilitas sarana seperti menambah tempat duduk, meja, asbak, tempat sampah dan sarana hiburan seperti koran maupun majalah.

- b) Peneliti merujuk pada item-item yang ada didalam kuadran B agar tetap dipertahankan dalam kinerjanya untuk meningkat kepuasan konsumen Bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung. Indikator-indikator yang perlu dipertahankan, meliputi: keterampilan mekanik, kecekatan mekanik dalam melayani pelanggan, kelengkapan alat *service*, adanya penjelasan tentang kualitas suku cadang asli produk dari pabrik dengan yang tidak asli, kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang, kualitas *spare part* yang terjamin, garansi *spare part* Yamaha.

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Lanjutan

Saran yang dapat diberikan oleh penulis untuk perkembangan penelitian selanjutnya diantaranya:

1. Memperluas cakupan wilayah responden penelitian dari kualitas layanan 1 bengkel Yamaha yaitu bengkel Sentra Anugrah Motor diperluas dengan membandingkan kualitas layanan bengkel Yamaha yang ada diwilayah Kota Bandung.

Sebaiknya penelitian selanjutnya menambahkan variabel Independen yang diteliti yang mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti: *service quality* dan *price*.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchory, Achmad Herry & Saladin, Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi pertama. Bandung : Linda Karya.
- Fitriah, Farida. 2011. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Jasa Kereta Api Ekpres Pakuan Jabotabek (studi kasus pada Bogor-Jakarta).
- Grant, B david. 2010. Service Quality and its Relation to Satisfaction and Loyalty in Logistic Outsourcing Relationships. *Menaging Service Quality*, 496-510.

- Heni, Justiara. 2009. Analisis Kepuasan Konsumen (Servqual Model dan *Important Performance Analysis Model*). *Journal Kepuasan Konsumen*, 10-26.
- Jianjun, Chen. 2011. An Empirical Analysis of the Relationship Among the Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty of High Speed Railway Based on Structural Equation Modelling. *Canadian Social Science*, 67-73.
- Kotler, Philip & Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Melfa, Yola. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan dan Harga Produk Pada Supermarket dengan Menggunakan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*. 301-309.
- Mulyatiningsih, Endang. (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Nusair, Khaldoon. 2010. Effect of price discount frames and levels on consumers' perceptions in low-end service industries. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 814-835.
- Oscar, Johan. 2013. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Importance Performance Analysis di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (PERSERO). *Jurnal Teknik Industri*. 1-10.
- Puji, Isyanto & Sri, Suparno. 2012. Analisis Kepuasan Konsumen pada Bengkel Mobil Seputra Motor Karawang. *Jurnal Manajemen*. 665-677.
- Rahmawati, Herlina. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Servqual dan *Importance Performance Analysis* di Kantor Perpustakaan dan Arsip Kabupaten Karanganyar.
- Ratnasari, Tri Ririn & Aksa, Mastuti H. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Riniwati, Dewi. 2013. The Analysis of Staff Service Quality Toward Customer (Fishermen) Satisfaction in Uptd Popoh Fishmonger's, Besole Village Besuki Subdistric Tulungagung, East Java. *Jurnal ECSOFiM*. 42-51
- Rizal, Nugraha. 2014. Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Bengkel "X" Berdasarkan Hasil Matrix *Importance-Performance Analysis* (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang). *Jurnal Online Teknik Industri Itenas*. 221-231.
- Siregar, Baldric. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS.
- Supranto. 2013. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Rineka Cipta.
- Susyanto, Bondan Agus. 2012. *Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Suyati. 2011. Analisis Kepuasan Pelanggan atas Pelayanan Jasa PDAM Surakarta.
- Tjiptono, fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : PT. ANDI Offset
- Wijaya, Andri. 2009. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan PP.Tosin terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Beras Merek Wortel di Palembang. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (Jenius)*. 275-293.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa* .Yogyakarta : Indeks
- Wijaya, Tony. 2013. *Spss 21 Untuk Olah Data Interpretasi Data*. Yogyakarta : Cahaya Atma Pustaka.
- <http://www.jobsvacancy.net/lowongan-terbaru/lowongan-kerja-januari-2014-pt-yamaha-indonesia-motor.html> diakses pada tanggal 26 Februari 2014.

<http://www.infolowongan.web.id/lowongan-kerja-pt-yamaha-indonesia-motor-manufacturing.html/>

diakses tanggal 26 Februari 2014.

<http://ahmadramadlan.wordpress.com/2012/09/03/kecelakaan-lalu-lintas/> diakses tanggal 26 Februari

2014

www.onomotor.com diakses tanggal 26 Februari 2014.

<http://pertamax7.com/2014/04/09/astra-honda-motor-kuasai-penjualan-sepeda-motor-kuartal-1-2014-sebesar-63-naik-dari-periode-sebelumnya-disusul-yamaha-31-dan-suzuki-4/>

diakses tanggal 26

Februari 2014.

<http://7leopold7.com/2013/12/24/penjualan-motor-sport-di-indonesia-2013-pemenangnya-adalah-2/>

diakses tanggal 26 Februari 2014.

<http://www.peluanginfousaha.com/page/3> diakses tanggal 8 Juni 2014.