

## **Analisis Pengaruh *Responsiveness* Dan *Reliability* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul Kabupaten Dairi**

**Yeyen Aprilia Munthe<sup>1</sup>, Agus Rahmadsyah<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

### **Abstract**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* dan *Reliability* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen bengkel serasi karya motor Sumbul dan mendapat sampel sebanyak 100 sampel. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *software* SPSS 26.0. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, variabel *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kemudian *Responsiveness* dan *Reliability* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Keywords :** *Responsiveness*, *Reliability* dan Kepuasan Konsumen

✉ Corresponding author : Yeyen Aprilia Munthe<sup>1</sup>

Email Address : [veyenmunthe04@gmail.com<sup>1</sup>](mailto:veyenmunthe04@gmail.com)

### **PENDAHULUAN**

Seiring dengan meningkatnya pengguna sepeda motor di Indonesia, kebutuhan akan layanan perbaikan dan perawatan juga semakin meningkat. Berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), pertumbuhan penjualan sepeda motor terus menunjukkan tren positif. Hal ini menciptakan peluang besar bagi bengkel motor untuk tumbuh dan bersaing. Disisi lain, pengalaman pelanggan dalam mendapatkan layanan bisa sangat bervariasi, tergantung pada seberapa responsive dan andal layanan yang ditawarkan oleh bengkel tersebut. Bengkel adalah salah satu bisnis yang bergerak di sektor jasa. Segmen pasarnya yaitu para pelanggan untuk memperbaiki sepeda motornya. Oleh karena itu kualitas layanan montir yang dapat dipercaya, keramah tamahan kepada konsumen yang datang adalah menjadi hal yang dibutuhkan konsumen. Ini merupakan kewajiban pihak bengkel untuk memberikan layanan yang maksimal kepada setiap konsumennya. Bengkel Serasi Karya Motor adalah salah satu bengkel yang menyediakan layanan perbaikan dan perawatan kendaraan bermotor. Bengkel ini telah melayani berbagai jenis pelanggan dengan kebutuhan yang beragam. Namun, seperti halnya banyak bisnis lain di industry ini, bengkel ini menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan konsumen. Beberapa keluhan yang muncul dari pelanggan berkaitan dengan waktu tunggu layanan yang dirasa lama serta hasil perbaikan yang terkadang tidak konsisten. Berdasarkan data yang telah ditemukan oleh peneliti pengunjung pada Bengkel Serasi Karya Motor mengalami fluktuasi, sehingga dapat disimpulkan walaupun banyak konsumen yang datang, akan tetapi tidak menjamin kalau mereka puas dengan hasil pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul

hal ini terlihat dari beberapa keluhan pelanggan Bengkel Serasi Karya Motor yang menyatakan keluhan tentang pelayanan yang kurang tanggap dan keandalan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa hasil pra-survei yang diberikan oleh pelanggan Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul. Untuk itu penulis ingin mengkaji kembali mengenai kepuasan konsumen agar dapat mengevaluasi hasil dari kinerja jasa pelayanan pada bengkel serasi karya motor agar terciptanya kepuasan konsumen.

Didapatkan hasil yang telah dilakukannya terlebih dahulu pra survei dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* memperoleh skor 45%, *reliability* sebesar 44,57%, dan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan mencapai 44,67%. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa kurang puas terhadap layanan bengkel. Meskipun ada beberapa aspek yang mendapat apresiasi, namun masih terdapat kelemahan dalam hal kecepatan tanggapan, kehandalan pelayanan, serta kepuasan secara umum. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, bengkel perlu memperbaiki kualitas respons terhadap konsumen, memastikan keandalan layanan. Berdasarkan permasalahan diatas dan juga perbedaan hasil penelitian terdahulu yang telah ditemukan, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih lanjut mengenai permasalahan ini.

### **Kepuasan Konsumen**

Sudaryono (2016) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk atau jasa dengan harapan atas produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler (2000), kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesuatu memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Terdapat dua formulasi umum tentang kepuasan yaitu, pertama, adalah kepuasan yang dirasakan hanya pada transaksi tertentu, dan yang kedua adalah kepuasan yang dirasakan secara keseluruhan atau secara kumulatif, sementara kepuasan hasil evaluasi dari peristiwa dan perilaku yang terjadi selama adanya hubungan (Rifai, 2023).

Adapun indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2022) yaitu:

- 1) Kesesuaian Harapan
- 2) Minat Berkunjung Kembali
- 3) Kesediaan Merekomendasikan

### **Responsiveness (Daya Tanggap)**

Parasuraman dalam (Irma & Saputra 2020) Responsiveness (daya tanggap), yaitu kemauan dan keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009) dalam (Indrasari 2019) daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Dapat juga disimpulkan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) dalam pelayanan merujuk pada kesediaan dan kemampuan staf atau karyawan untuk membantu pelanggan dengan cepat, tepat, dan jelas.

Menurut Antreas dalam (Irma dan Saputra 2020) indikator *responsiveness* atau daya tanggap yaitu:

- 1) Kecepatan pelayanan
- 2) Kesigapan Untuk Permintaan Konsumen
- 3) Proses pembayaran dan pengaturan yang mudah.

### **Reliability (Keandalan)**

Menurut Tjiptono (2014:282) dalam (Armine & Dewi, 2021) *reliability* (keandalan) adalah kemampuan pemberi jasa dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat

dan memuaskan. Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat. *Reliability* (keandalan) adalah konsistensi dari penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan (Kotler, 2012 dalam (Hasan, 2020))

Menurut Parasuraman dkk dalam Hardiansyah (2020) untuk dimensi *reliability* (keandalan) terdiri atas empat indikator, yaitu:

- 1) Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan
- 2) Memiliki standar pelayanan yang jelas
- 3) Kemampuan
- 4) Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan

$H_1$ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *responsiveness* dan kepuasan konsumen di Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul.

$H_2$ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *reliability* dengan kepuasan konsumen di Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul.

$H_3$ : Terdapat pengaruh antara *responsiveness* dan *reliability* terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif karena bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua atau lebih variabel. Dengan menggunakan kuesioner dan analisis statistik, yang dapat mengukur seberapa kuat pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) dan keandalan (*reliability*) bengkel terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini akan memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan dapat digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan kualitas layanan bengkel. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul yang belum diketahui jumlahnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan non-probability sampling yaitu, *purposive sampling*. Dimana teknik pengambilan sampel didasarkan pada kriteria responden tertentu. Konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu yang pertama observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan pengamatan langsung kepada objek yang diteliti kemudian melakukan wawancara untuk mengetahui data yang diperlukan dalam penelitian dan selanjutnya menyebarluaskan angket untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif antara variabel bebas dan terikat dalam penelitian. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode deskriptif dan inferensial terhadap data yang diperoleh dari angket. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik demografis responden serta distribusi frekuensi dan persentase jawaban pada setiap item angket, memberikan gambaran jelas mengenai dengan penekanan pada nilai rata-rata, pola jawaban yang dominan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Normalitas Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual

N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76002022
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.057
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data.		

(Sumber : Kuisioner yang diolah 2025)

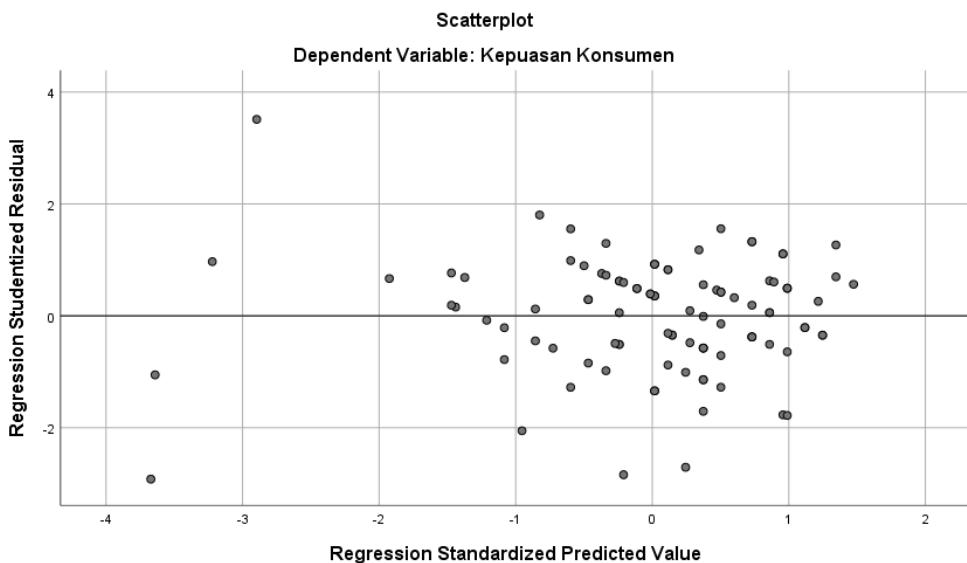
Berdasarkan tabel diatas, data pada penelitian sudah berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan Tingkat Sig 0,200 > 0,05. Hal ini dapat diartikan Tingkat signifikansinya lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

**Tabel 2. Uji Multikolinieritas Dat Coefficientsa**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardi zed Coefficie nts	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleran ce	VIF
1	(Constant)	-.290	2.550		.114	.910	
	RESPONSIVE NESS	.647	.117	.528	5.527	.000	.549
	RELIABILITY	.234	.090	.247	2.592	.011	.549
							1.823

(Sumber : Kuisioner yang diolah 2025)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, nilai toleransi memperlihatkan bahwa masing - masing variabel independent tidak ada yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dan nilai toleransi tidak ada nilai yang kurang dari 0,1. Hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas diantara *responsiveness* (X1) dan *reliability* (X2) = 0,549. Sedangkan VIF untuk diantara *responsiveness* (X1) dan *reliability* (X2) = 1.823. nilai  $R^2 < R$  yang berarti bahwa tidak terdapat permasalahan multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan. Hal ini menjelaskan bahwa tidak terdapat hubungan langsung antar variabel dependen.

**Gambar 1. Uji Heterekodesotas**

(Sumber : Kuisioner yang diolah 2025)

Berdasarkan *output scatterplot* di atas diketahui bahwa titik-titik data menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, dan tidak membentuk pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas dan layak untuk memprediksi kepuasan konsumen pada Bengkel Serasi Karya Motor Sembul berdasarkan pengaruh *responsiveness* dan *reliability*.

**Tabel 3. Uji T (Parsial)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1	(Constant)	-.290	2.550		-.114	.910
	Responsiveness	.647	.117	.528	5.527	.000
	Reliability	.234	.090	.247	2.592	.011

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber : Kuisioner yang diolah 2025)

Berdasarkan hasil uji T pada tabel di atas, diperoleh sebagai berikut :

1. Pengaruh X1 terhadap Y

Diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel *Responsiveness* (X1) adalah sebesar 0.000. Karena nilai Sig.  $0.000 < 0.05$ , kemudian apabila dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  variabel *Responsiveness* (X1) adalah sebesar 5.527, dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5.527 > 1.98472$ ), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima, artinya variabel *Responsiveness* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen

2. Pengaruh X2 Terhadap Y

Diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel *Reliability* (X2) adalah sebesar 0.011. Karena nilai Sig.  $0.011 < 0.05$ , kemudian apabila dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  variabel *Reliability* (X2) adalah sebesar 2.592, dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.592 > 1.98472$ ), maka dapat

disimpulkan bahwa Ha diterima, artinya variabel *Reliability* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen.

**Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	325.771	2	162.885	51.521	.000 <sup>b</sup>
	Residual	306.669	97	3.162		
	Total	632.440	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
b. Predictors: (Constant), Reliability, Responsiveness

(Sumber : Kuisioner yang diolah 2025)

Hasil pengujian di atas memperlihatkan nilai  $f_{hitung}$  sebesar 51.521 dan Tingkat signifikansinya sebesar 0.000, dengan  $df_1 = 2$  dan  $df_2 = 97$  maka  $f_{tabel}$  adalah 3.09, dimana  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $51.521 > 3.09$ ). dengan hasil tersebut berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya secara bersamaan variabel bebas yaitu *Responsiveness* (X1) dan *Reliability* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

**Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 <sup>a</sup>	.515	.505	1.778

a. Predictors: (Constant), Reliability, Responsiveness

(Sumber : Kuisioner yang diolah 2025)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0.515. Maka kontribusi variabel-variabel bebas *Responsiveness* (X1) dan *Reliability* (X2) terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 51,5% dan sisanya 48,5% ditentukan oleh faktor lain diluar model yang tidak terdeteksi dalam penelitian ini.

**1) Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul**

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama dapat diterima. Adanya pengaruh positif ini dikarenakan *responsiveness* merupakan kebutuhan konsumen yang berfokus pada daya tanggap yang dimiliki Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul yang akan mempengaruhi harapan konsumen. Daya tanggap yang baik akan membuat harapan konsumen menjadi lebih tinggi yang pada akhirnya akan menciptakan kepuasan konsumen.

**2) Pengaruh Reliability Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul**

Para konsumen biasanya mengevaluasi suatu pelayanan jasa tidak hanya melalui *responsiveness* yang dimiliki perusahaan itu saja, tetapi juga dari *Reliability* yang dimiliki oleh mekanik bengkel serasi karya motor Sumbul dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang handal dalam memperbaiki kendaraan bermotor para

konsumen. Selain kehandalan dalam keterampilan dalam memperbaiki kendaraan, mekanik juga memiliki kehandalan berkomunikasi yang baik agar dapat untuk memahami keluhan atau permasalahan pada kendaraan bermotor konsumen. Mekanik yang memiliki *reliability* baik akan mampu menjalin hubungan yang baik antara Perusahaan dengan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**3) Pengaruh Responsiveness dan Reliability Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul**

Selain uji-t, peneliti juga melakukan uji-f (signifikan simultan). Setelah mendapat hasil uji-f, peneliti membandingkan hasil hitung  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  yang hasilnya  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $51.521 > 3.09$ ). dengan demikian, dapat ditarik Kesimpulan bahwa *Responsiveness* dan *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. sehingga penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan *Responsiveness* dan *Reliability* bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul. Hal ini juga menyimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan :

1. Dari hasil penelitian variabel *responsiveness*, berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul.
2. Dari hasil penelitian variabel *reliability*, berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul.
3. Dari hasil penelitian variabel *responsiveness* dan *reliability*, berpengaruh secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Serasi Karya Motor Sumbul.

## **Referensi :**

- Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 321-334.
- Amrudin. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. sukoharjo: CV. Pradina Pustaka Group.
- Aridiyanto, M. J., & Penangsang, P. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Koperasi (Studi kasus: Koperasi Di Surabaya Utara). *Ekonomi&Bisnis*, 31.
- Armine, J., & Dewi, L. (2021). Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, 661.
- Chandra, Dkk. (2020). *Service Quality, Cunsumer Satisfaction, Dan Consumer Loyality*, : Tinjauan Teoritis. Malang: CV IRDH.
- Hermawan, Dkk. (2022). *Buku ajar penelitian kuantitatif*. jawa tengah: EUREKA MEDIA AKSARA.
- Herudiansyah, Dkk. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Reliability, Responsiveness Dan Assurance Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Muhammadiyah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9-17.
- Hutabarat , R. D., & Rahmadsyah, A. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha royal coffee kecamatan medan denai kota medan. *Jurnal Ekonomi Revolutioner*, 335-342.
- Indartini, M., & Multamainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif*. Jawa Tengah: Lakeisha.
- Irma, A., & Saputra, H. (2020). Pengaruh Tangible Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Garuda Plaza Hotel. *NIAGAWAN*, 164-171.
- Japlani, A., & Suryadi. (2022). Pengaruh Tangibles, Responsiveness, Dan Reliability Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman Di Lampung. *Jurnal Manajemen*, 332-340.
- Kharisma, Dkk. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *JUMANSI*, 35.

- Lusiana, Dkk. (2020). Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangibles Terhadap Kepuasan Konsumen GrabBike. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 34-40.
- Maharjan, K., & raya, R. (2024). An Empirical Study: Understanding The Influence of Responsiveness, Reliability, And Assurance On Customer Satisfaction in Online Banking Services. *People's Journal of Management (Nepal)*, 17-35.
- Maknunah, L. U., & Astuningtyas, E. (2021). The Influence Of Service Quality On Consumer Satisfaction Course And Training Institution (Lkp) ) Citra Jelita Wonorejo Village, Srengat District Blitar District. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 339-361.
- Maulidiah, Dkk. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 128-738.
- Mawardi. (2019). Rambu-rambu Penyususan Skala Sikap Model Likert Untuk Mengukur Sikap Siswa. 292-304.
- Ramadhani, Dkk. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Air Bersih Tirtoyoso Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 17-27.
- Rifai, K. (2023). *Kepuasan Konsumen*. Jawa Timur: UIN KHAS Press.
- Riyadi, A. (2019). Analisis Pengaruh Reliability, Responsiveness , Assurance, Empaty, Tangibles Dan Keragaman Menu, Terhadap Kepuasaan Pelanggan (Studi Kasus Storia Caffe di Sampit). *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 270-286.
- Riyadi, A. (2020). Analisis Pengaruh Reliability, Responsiveness , Assurance, Empaty, Tangibles Dan Keragaman Menu, Terhadap Kepuasaan Pelanggan . *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 270-286.
- Rohman , I. Z. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel. *Jurnal Manajemen*, 10-19.
- Sattar, Dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv Bahagia Samarinda. *Indonesian Journal Of Economy, Business, Entrepreneurship And Finance*, 98-107.
- Sayekti, Dkk. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemakai Layanan Jasa. *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing*, 16-27.
- Sella, Dkk. (2022). The Influent Of Responsiveness And Empathy on Customer Satisfaction at . *Jurnal Pesona Sriwijaya*, 16-20.
- Setiono, B. A., & Hidayat, S. (2022). Influence of Service Quality with the Dimensions of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangibles on Customer Satisfaction. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 330-341.
- Sinaga, D. (2014). *Statistik Dasar*. Jakarta Timur: UKI PRESS.
- Siswanto, Dkk. (2023). Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Auto2000 Semarang. 153.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syarifuddin, & Saudi, I. A. (2022). *Metode Riset Praktir Regresi Berganda Dengan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center.
- Zain, Dkk. (2021). Dampak Reliability Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Spbu Gowa . 8-19.