

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, CITRA  
MEREK, KEPERCAYAAN, DAN RELASIONAL  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BENGKEL  
CAHAYA SEJAHTERA PALEMBANG**



**Disusun Oleh :**

**Vincent Colin Jatmiko Teddy**

**2024200049**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG  
PALEMBANG  
2024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG**

---

---

Program Studi Manajemen

Skripsi Sarjana Ekonomi

Semester Gazal Tahun 2023/2024

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, CITRA MEREK,  
KEPERCAYAAN DAN RELASIONAL TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN BENGKEL CAHAYA SEJAHTERA PALEMBANG**

**Vincent Colin Jatmiko Teddy**

**2024200049**

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Kepercayaan Dan Relasional Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Cahaya Sejahtera Palembang. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 257 responden dengan metode *Purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Kepercayaan dan Relasional berpengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Cahaya Sejahtera Palembang.

**Kata Kunci** : Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Kepercayaan, Relasional, dan Loyalitas Pelanggan



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Otomotif merupakan salah satu ilmu yang mempelajari tentang adanya kendaraan bermotor baik itu kendaraan roda 2 atau lebih. Namun, dalam dunia otomotif pasti memiliki banyak penggemar atau masyarakat yang menyukai mobil dan motor. Dengan adanya kendaraan dapat mempermudah kita ketika kita berpergian ke suatu tempat, misalnya kita berlibur bersama keluarga, pasangan, atau teman dan antara lain untuk membeli kebutuhan sehari-hari serta untuk bekerja (Luthfianto, 2019).

Tumbuhnya industri otomotif di Indonesia sebesar 9,66% berimbas pada perkembangan sektor-sektor pendukung, seperti suku cadang (komponen), aksesoris dan bengkel. Namun, banyaknya bengkel berdiri membuat persaingan semakin ketat. Bengkel di Indonesia terdiri dari beberapa bengkel yaitu bengkel specialist mesin, bengkel kaki-kaki, bengkel cat and *body repair*.

Masyarakat pada umumnya akan membeli kendaraan yang baru jika mereka memiliki biaya yang cukup karena kendaraan baru harganya pasti tinggi, akan tetapi ada juga yang akan membeli kendaraan bekas (*second*) karena harga akan jauh lebih murah dari pada yang baru. Hal ini membuat permintaan mobil bekas di Indonesia semakin meningkat. Dengan banyaknya yang membeli mobil bekas menyebabkan banyak sekali bengkel-bengkel yang menawarkan pelayanan perbaikan berupa cat body and body repair, agar mobil yang dibeli bisa terlihat terawat dan tentunya nyaman untuk digunakan oleh pembeli.

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan perekonomian Indonesia yang pesat saat ini tidak hanya didominasi industri manufaktur, tetapi juga diikuti oleh industri otomotif. Hal ini ditunjukkan dengan bergesernya angka kenaikan penjualan mobil yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Menyebabkan sektor jasa yang bergerak dibidang perawatan kendaraan berlomba-lomba melakukan inovasi, meningkatkan produksi dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang unggul. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa perlu merumuskan strategi untuk melatih dan mempekerjakan karyawan yang terampil, berpenampilan menarik serta berwawasan dan memiliki pengetahuan luas. Berkaitan fenomena tersebut penting bagi perusahaan jasa melalui pihak manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang unggul dan prima. Kualitas pelayanan menjadi salah satu keberhasilan perusahaan yang dapat dirasakan oleh para pelanggan (Ramadhany & Supriyono, 2022).

Kota Palembang merupakan salah satu kota yang terdapat banyak sekali unit usaha, salah satu unit usaha yang banyak tersebut adalah bengkel otomotif. Bengkel otomotif di Palembang ini sangat banyak peminatnya dan unit usaha ini juga menjadi salah satu pendapatan yang menjanjikan bagi pengusaha bengkel, setiap bulannya bengkel pasti medatangkan pelanggan baik hanya sekedar ganti oli, perikas mesin, service rem dan lain sebagainya. Usaha bengkel ini tidak tertutup hanya itu saja ada juga usaha bengkel yang menawarkan *cat body and body repair*.

Bengkel Cahaya Sejahtera merupakan salah satu bengkel yang terletak di jalan brigjend hasan kasim No. 8A kelurahan bukit sangkal, kecamatan kalidoni Palembang 30961 usaha ini berdiri sejak tahun 2010 bengkel ini menerima jasa cat *mobil and body repair*, salon mobil dan *ceramic coating* berikut penulisan lampirkan data pelanggan bengkel cahaya sejahtera :

**Tabel 1.1 Data Pelanggan Bengkel Cahaya Sejahtera Tahun 2022 dan 2023**

Bulan	2022	2023
Januari	58 Unit	71 Unit
Februari	51 Unit	83 Unit
Maret	67 Unit	68 Unit
April	54 Unit	76 Unit
Mei	49 Unit	93 Unit
Juni	64 Unit	87 Unit
Juli	55 Unit	79 Unit
Agustus	57 Unit	72 Unit
September	50 Unit	43 unit
Oktober	65 Unit	-
November	69 Unit	-
Desember	73 Unit	-
Total	713 Unit	672 Unit

Sumber : Bengkel Cahya Sejahtera, 2023

Berdasarkan data pada tabel 1.1 dapat dilihat yang menggunakan data bengkel cahaya sejahtera pada tahun 2022 sebanyak 713 pelanggan, sedangkan pada tahun 2023 baru 672 pelanggan yang datang memperbaiki kendaraan mereka karena data yang di dapatkan baru sampai pada pertengahan bulan september 2023, akan tetapi jika dilihat dr tahun 2022 bengkel ini pasti bisa mendapatkan pelanggan diakhir 2023 akan lebih banyak.

Usaha bengkel ini juga memiliki pesaing yang cukup banyak dengan memberikan penawaran yang luar biasa, sehingga bengkel cahaya sejahtera harus dapat memberikan perbedaan dan juga pelayanan terbaik mereka

sehingga mampu bersaing dengan kompetitor yang ada. Berikut penulis lampirkan data pesaing bengkel di kota Palembang :

**Tabel 1.2 Data Pesaing Bengkel Cahaya Sejahtera**

<b>Nama Bengkel</b>	<b>Keterangan</b>
Bengkel Aman	<i>Cat And Body Repair</i>
Bengkel Lakshmi	<i>Cat And Body Repair</i>
Bengkel Sumantri	<i>Cat And Body Repair</i>
Bengkel Auto One	<i>Cat And Body Repair</i>
Bengkel Cat Plaza	<i>Cat And Body Repair</i>

Sumber : Survei penulis 2023

Pada tabel 1.2 dapat dilihat beberapa data pesaing bengkel Cahaya Sejahtera Palembang. 5 bengkel pesaing tersebut juga menjual jasa yang sama kepada pelanggan. Dengan adanya pesaing yang sama maka usaha bengkel Cahaya Sejahtera Palembang harus memberikan pelayanan yang baik, hasil yang maksimal, kenyamanan penggunaan jasa, dan bisa juga memberikan penawaran harga terbaik bahkan bisa memberikan kartu member kepada pelanggan untuk mengikat mereka agar tidak beralih.

Bengkel cahaya sejahtera ini selalu memberikan kemudahan bagi para pelanggannya dan memberikan garansi apabila kendaraan yang diperbaiki masih terdapat kekurangan dalam proses perbaikannya. Selain itu bengkel ini memberikan layanan antar jemput pengambilan mobil yang akan diperbaiki, dari rumah pelanggan dan diantar kembali ketika kendaraan telah diperbaiki, ini merupakan salah satu strategi yang belum tentu diterapkan oleh kompetitor yang ada.

Keadaan yang seperti ini membuat perusahaan harus menetapkan orientasi pada kepuasan dan loyalitas pelanggan sebagai tujuan utama. Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan tersebut akan kembali

lagi untuk menikmati jasa yang diberikan. Kemungkinan besar bahkan merekomendasikan kepada pelanggan lain. Hal ini erat kaitannya kualitas pelayanan untuk memenuhi harapan pelanggan dan membuat pelanggan loyal dengan perusahaan. Menurut James G. Barnes dalam Priansa (2017) menyatakan bahwa loyalitas adalah bukti dari emosi yang mentransformasikan perilaku pembelian berulang menjadi suatu hubungan. Loyalitas ini mengarah pada pembelian yang berulang, perekomendasian dan proporsi pembelanjaan yang meningkat.

Menurut Hermawan Kartajaya dalam Priansa (2017) menyatakan bahwa loyalitas merupakan manifestasi dari kebutuhan fundamental manusia untuk memiliki, mensupport, mendapatkan rasa aman dan membangun keterikatan serta menciptakan *emotional attachment*. Tujuan dasar dari industri jasa yaitu memberikan pelayanan yang baik dan maksimal sesuai dengan harapan pelanggan guna membangun kepuasan pelanggan, sehingga penyedia jasa memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan. Perusahaan dituntut untuk siap dalam memenuhi keinginan pelanggan dan mengikuti perkembangan zaman yang ada, yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan tidak mudah berpindah pada penyedia jasa lainnya. Kualitas pelayanan yang unggul dan konsisten akan membuktikan pada pelanggan bahwa jasa yang digunakan adalah jasa yang terbaik, sehingga muncul nilai yang menumbuhkan kepuasan yang membuat konsumen akan menggunakan jasa pelayanan secara terus menerus dikemudian hari dan menciptakan loyalitas konsumen. Perusahaan akan mendapatkan keuntungan jika memiliki konsumen yang loyal,

menurut

Di kota Palembang sendiri telah banyak sekali bengkel- bengkel mobil tetapi ada beberapa bengkel mobil yang memberikan hasil yang buruk sehingga membuat konsumen tidak loyal dan enggan untuk melakukan pembelian kembali, sehingga ini menjadi pertimbangan bengkel lain untuk dapat memberikan hasil yang memuaskan untuk konsumen agar konsumen loyal dan untuk kemajuan bengkel. Menurut W. Reinartz dan V. Kumar dalam Priansa (2017) beberapa keuntungan dari loyalitas konsumen adalah :

1. Biaya melayani konsumen loyal akan lebih murah. Hal ini dikarenakan konsumen lebih mengenal proses transaksi. Kenyataannya menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara loyalitas konsumen terhadap biaya.
2. Konsumen loyal akan membayar harga yang lebih mahal. Hal ini memungkinkan apabila biaya perpindahan cukup besar. Konsumen yang loyal umumnya lebih mengetahui produk yang ditawarkan dan dapat memperkirakan kualitas produk. Selain itu konsumen melihat da kecendrungan yang kuat bahwa pemasar akan mencari laba lebih besar dari konsumen yang loyal,
3. Konsumen yang loyal akan mempromosikan perusahaan kepada orang lain (*word of mouth*) sehingga dapat mengurangi biaya pemasaran.

Menurut Hasan (2015) dalam Djuniardi et al. (2023), faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Kepuasan Pelanggan (*Customer satisfaction*). Kepuasan pelanggan dipertimbangkan sebagai prediktor kuat terhadap kesetiaan pelanggan termasuk rekomendasi positif, niat membeli ulang dan lain-lain.
2. Citra Merek (*Brand Image*). Citra merek muncul menjadi faktor penentu kesetiaan pelanggan yang ikut serta membesarkan/membangun citra perusahaan lebih positif.
3. Kepercayaan (*trust*) kepercayaan didefinisikan sebagai persepsi kepercayaan terhadap keandalan perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistematis tentang harapan terhadap tawaran perusahaan.
4. Relasional pelanggan (*customer relationship*) Relasional pelanggan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap proporsionalitas rasio biaya dan manfaat, rasio biaya dan keuntungan dalam hubungan yang terus menerus dan timbal balik.

Menurut Oliver dalam Indrasari (2019: 86) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipat gandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian. Bengkel Cahaya Sejahtera memberikan hasil yang memuaskan bagi pelanggan sehingga saat pelanggan ingin mengambil mobil yang sudah selesai diperbaiki oleh bengkel Cahaya Sejahtera pelanggan mendapatkan hasil yang memuaskan.

Menurut Jasfar (2005) dalam Kurniasih (2021: 19), citra suatu perusahaan yang meliputi nama baik perusahaan, reputasi ataupun keahliannya merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan pembeli dan sektor jasa

dibandingkan sektor produk. Citra merek merupakan serangkaian asosiasi (persepsi) yang ada dalam benak konsumen terhadap suatu merek, biasanya terorganisasi menjadi suatu makna.

Djuniardi et al. (2023), menyatakan bahwa kepercayaan didefinisikan sebagai persepsi kepercayaan terhadap keandalan perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistematis tentang harapan terhadap tawaran perusahaan. Bengkel Cahaya Sejahtera memberikan kepuasan ke pada pelanggannya dengan cara memberikan hasil pengerjaan *cat & body repair* yang rapih, cepat dan teliti sehingga pelanggan bengkel Cahaya Sejahtera tidak kecewa atas hasil yang di berikan, Bengkel Cahaya Sejahtera memiliki *service quality* yang bagus itu juga termasuk salah satu cara bengkel Cahaya Sejahtera menjaga kepercayaan pelanggannya. Bengkel Cahaya Sejahtera juga memiliki pegawai yang sopan, mempunyai skill, keterampilan, ketelitian dan pengalaman kerja yang banyak. Selain itu mereka memiliki lapangan yang luas, dan oven pengecatan yang memiliki *standart*. Dengan memiliki keandalan dibidangnya, maka Bengkel Cahaya Sejahtera dapat mendapatkan kepercayaan dari pelanggan.

Relasional pelanggan Djuniardi et al. (2023), didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap proporsionalitas rasio biaya dan manfaat, rasio biaya dan keuntungan dalam hubungan yang terus menerus dan timbal balik. Bengkel Cahaya Sejahtera memberikan harga yang terjangkau dibandingkan para pesaingnya, Bengkel Cahaya sejahtera juga memberikan garansi atas jasa pengecatan yang mereka kerjakan. selain itu Bengkel Cahaya Sejahtera

memberikan keutungan kepada pelanggannya contohnya menyediakan antar jemput kendaraan yang akan di perbaiki.

Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa (2017: 96) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dengan memberikan kepuasan kepada konsumen maka nantinya konsumen akan bisa kembali bertransaksi kembali. Menurut Lovelock dan Wright, dalam Priansa (2017: 215) menyatakan bahwa loyalitas adalah keputusan konsumen untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Bengkel Cahaya Sejahtera selalu memberikan kepuasan kepada semua konsumen dan pelanggannya. Salah satu cara Bengkel Cahaya sejahtera memberika kepuasan pada konsumen nya ialah memberikan hasil pengerjaan pengecata dan *body repair* yang rapih, teliti dan juga mereka memberikan garansi ke pada pelanggannya apa bila terdapat kekurangan pada hasil kerjaan mereka maka dari itu pelanggan Bengkel Cahaya sejahtera memiliki banyak pelanggan tetap yang terus berlangganan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zuhri (2018) dengan judul “Pengaruh *Customer Relationship Management* Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Di Bengkel Resmi Suzuki Indosun Semarang”. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer relationship management* dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Peneliti lain melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada AP Garage (Bengkel *Cat & Custom*)” oleh Ramadhany & Supriyono (2022) menyatakan bahwa Kepercayaan berkontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan AP Garage, semakin tinggi kepercayaan pelanggan terhadap suatu jasa semakin tinggi pula tingkat kesetiaan pelanggan pada jasa tersebut. Untuk kepuasan pelanggan, diketahui berkontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan puas maka pelanggan tidak akan berpindah ke tempat lain dan tidak akan enggan untuk memanfaatkan jasa yang telah memuaskannya.

Penelitian lain melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Resmi Toyota *Service Station* Cv. Kombos Cabang Tendea” oleh Saselah et al. (2019) menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.

Penelitian lain melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh manajemen hubungan pelanggan dan reputasi Perusahaan terhadap retensi pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada Bengkel Alex Ac Mobil Semarang)” oleh Putra & Rahardjo (2022) hasil penelitian menyatakan bahwa pengaruh manajemen hubungan pelanggan dan reputasi perusahaan terhadap retensi pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Penelitian lain melakukan penelitian dengan judul “*Service Quality, Relationship Benefit and Experience Value in the Auto Repair Services Sector*” oleh Hong & Kim (2020) Ditemukan bahwa semua faktor kualitas layanan, manfaat hubungan, dan nilai pengalaman secara langsung mempengaruhi kepuasan pelayanan dan mempengaruhi hubungan jangka panjang melalui kepuasan pelayanan.

Berdasarkan dari hasil penelitian sebelumnya, peneliti cukup tertarik dengan fenomena yang terjadi dengan begitu peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Kepercayaan Dan Relasional Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Cahaya Sejahtera Palembang**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan yang didapat penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Kepercayaan Dan Relasional Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Parsial Pada Bengkel Cahaya Sejahtera Palembang
2. Bagaimana Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Kepercayaan Dan Relasional Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Simultan Pada Bengkel Cahaya Sejahtera Palembang

### **1.3 Ruang lingkup penelitian**

Dari latar belakang yang telah dibuat diatas, maka ruang lingkup yang akan dibahas oleh penulis yaitu Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Kepercayaan Dan Relasional Pelanggan. Objek yang dipilih penulis dalam penelitian ini adalah Bengkel Cahaya Sejahtera Palembang.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang masalah maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menguji secara parsial Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Kepercayaan Dan Relasional Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Cahaya Sejahtera Palembang.
2. Untuk menguji secara simultan Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Kepercayaan Dan Relasional Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Cahaya Sejahtera Palembang.

### **1.5 Manfaat penelitian**

1. Bagi Penulis

Manfaat yang di dapat dari penelitian ini menambahnya ilmu bagi si penulis, dengan membuatnya penelitian ini si penulis juga dapat menuliskan hasil – hasil pembelajaran yang didapati saat kuliah.

2. Bagi Objek Penelitian

Manfaat yang di dapat dari penelitian ini dapat dipakai oleh objek sebagai masukan yang dapat membuat objek menjadi lebih maju, berkembang dan mengetahuinya pandangan terhadap banyak pelanggan dengan begitu dapat mengetahui kekurangan bahkan kelebihan yang dimiliki objek tersebut.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Manfaat bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat sebagai bahan referensi untuk suatu pembandingan, penelitian, penambah wawasan pembaca dan bahkan sebagai masukan teori manajemen pemasaran yang terkait tentang pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Kepercayaan Dan Relasional Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Cahaya Sejahtera Palembang.

## 1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika Penelitian ini terdapat beberapa bab sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam Bab I peneliti membahas mengenai latar belakang, masalah rumusan Masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam BAB II peneliti akan membahas teori – teori injauan pustaka yang terdiri dari landasan teori, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam BAB III peneliti akan membahas mengenai metode penelitian yang terdiri dari pendekatan, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam BAB IV peneliti akan membahas mengenai analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan.

#### **BAB V KESIMPULAN**

Dalam BAB V peneliti akan membahas mengenai beberapa kesimpulan dari hasil beserta saran.





## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, T. N. (2020). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Komitmen sebagai Variable Intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 88–98. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.194>
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Djuniardi, D., Sani, I., Tulusan, M. T., Baali, Y., Saerang, A. A., Sucandrawati, N. L. K. A. S., ... Rukmana, A. Y. (2023). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik Menciptakan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Get Press Indonesia.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hong, J., & Kim, B. (2020). Service Quality, Relationship Benefit and Experience Value in the Auto Repair Services Sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(2), 30. <https://doi.org/10.3390/joitmc6020030>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Ismanto, J. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Pamulang: UNPAM Press.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management : building, measuring, and managing brand equity* (5 ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen: Studi terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek*. Jakarta: Bintang Visitama.
- Luthfianto, F. (2019). Perkembangan Otomotif di Indonesia. Diambil 30 Januari 2024, dari <https://communication.binus.ac.id/2019/01/18/perkembangan-otomotif-di-indonesia/>
- Mukhtazar. (2020). *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Absolute Media.
- Nuraini, W. (2021). *Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan dan Kualitas*

*Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen (Survey pada Konsumen Swalayan Ismart Ponorogo)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pratama, I. P. A. E. (2019). *Customer Relationship Management (CRM)*. Jakarta: Gramedia.

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Putra, B. A., & Rahardjo, S. T. (2022). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan dan Reputasi Perusahaan terhadap Retensi Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bengkel Alex Ac Mobil Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6).

Ramadhany, A., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada AP Garage (Bengkel Cat & Custom). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 199–206. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.511>

Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.

Rofiq, A. (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi pada Pelanggan Ecommerce di Indonesia)*. Tesis. Universitas Brawijaya.

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Budi Utama.  
Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Buku Murah.

Saselah, J. D., Koleangan, R., & Kojo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Resmi Toyota Service Station Cv. Kombos Cabang Tendean. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4), 4809–4818. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.25433>

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

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Pustaka Baru Press.

Zuhri, M. A. T. (2018). *Pengaruh Customer Relationship Management dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan di Bengkel Resmi Suzuki Indosun Semarang*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.

