JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI CAKRAWARTI
Volume 1 No. 4, 2026
DOI: https://doi.org/10.67183/jmac.v1i4.275

Pengaruh Kualitas Pelayanan Service Advisor dan Kelengkapan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Yamaha Halilintar Motor

Kamsidah

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Kramat Raya No. 98. Jakarta, Indonesia
Email Korespondensi: Kamsiidah@gmail.com

ABSTRAK
Persaingan layanan purna jual sepeda motor menuntut bengkel resmi memberikan pengalaman layanan yang memuaskan, tidak hanya hasil perbaikan yang baik. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan Service Advisor (SA) dan kelengkapan fasilitas bengkel terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Yamaha Halilintar Motor. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan kuesioner skala Likert 1–5 yang dibagikan kepada 50 pelanggan pada April–Juni 2026 melalui *accidental sampling*. Data dianalisis dengan regresi linear berganda menggunakan SPSS 29 setelah uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik terpenuhi. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan SA berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 2{,}124$; $p = 0{,}039$), demikian pula kelengkapan fasilitas bengkel ($t = 4{,}727$; $p < 0{,}001$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan ($F = 163{,}903$; $p < 0{,}001$) dengan Adjusted R^2 sebesar 0,869. Koefisien beta terstandar fasilitas (0,655) lebih besar daripada pelayanan SA (0,295), sehingga fasilitas menjadi prediktor yang lebih dominan. Bengkel disarankan melatih SA secara berkala sekaligus menjaga kelengkapan peralatan, suku cadang, dan ruang tunggu.
Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Service Advisor; Fasilitas Bengkel; Kepuasan Pelanggan; Regresi Linear Berganda

ABSTRACT
Intense competition in motorcycle after-sales service requires authorized workshops to deliver a satisfying service experience, not only good repairs. This study analyzes the effect of Service Advisor (SA) service quality and workshop facility completeness on customer satisfaction at Yamaha Halilintar Motor Workshop. A quantitative approach was used, with a 1–5 Likert-scale questionnaire administered to 50 customers between April and June 2026 through accidental sampling. The data were analyzed with multiple linear regression in SPSS 29 after the validity, reliability, and classical assumption tests were satisfied. The results show that SA service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t = 2.124$; $p = 0.039$), as does facility completeness ($t = 4.727$; $p < 0.001$). Simultaneously, both variables have a significant effect ($F = 163.903$; $p < 0.001$) with an adjusted R^2 of 0.869. The standardized beta of facilities (0.655) exceeds that of SA service (0.295), making facilities the dominant predictor. The workshop is advised to train its SAs regularly while maintaining the completeness of equipment, spare parts, and the waiting room.
Keywords: Service Quality; Service Advisor; Workshop Facilities; Customer Satisfaction; Multiple Linear Regression

1. PENDAHULUAN
Pertumbuhan jumlah sepeda motor meningkatkan kebutuhan masyarakat akan layanan perawatan dan perbaikan kendaraan. Di tengah persaingan antara bengkel resmi dan bengkel independen, penyedia layanan dituntut tidak hanya menghasilkan perbaikan yang baik, tetapi juga pengalaman layanan yang membangun loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan di bengkel resmi tidak hanya ditentukan oleh kondisi mesin setelah diservis, tetapi juga oleh cara pelanggan diperlakukan sejak tiba di bengkel.
Service Advisor (SA) adalah titik kontak pertama di bengkel yang menyambut pelanggan, memahami keluhan, melakukan penilaian awal, dan menyampaikan perkiraan biaya. (Hafidz & Fadilah, 2024) menemukan bahwa kesigapan staf *frontliner* pada layanan purna jual otomotif berpengaruh sangat signifikan terhadap respons positif pelanggan. Di sisi lain, fasilitas bengkel seperti ruang tunggu yang bersih, ketersediaan suku cadang, peralatan kerja yang memadai, dan layanan digital turut menentukan kenyamanan pelanggan selama menunggu.

Received 10-10-2026; Revised 13-10-2026; Accepted 13-10-2026; Available Online 18-10-2026

© 2026 The Authors. Published by PT Cakrawarti Empat Proksi.
Jurnal Manajemen dan Akuntansi Cakrawarti (JMAC).
This work is licensed under CC BY 4.0

Fenomena dalam penelitian ini diperoleh dari pengalaman langsung peneliti sebagai administrator di Bengkel Yamaha Halilintar Motor. Pelanggan kerap menyampaikan tiga keluhan: waktu tunggu servis dianggap terlalu lama, sikap SA dinilai kurang bersahabat dan kurang komunikatif, serta fasilitas, terutama ketersediaan suku cadang dan kenyamanan ruang tunggu, dinilai belum optimal. Keluhan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan layanan yang diterima. Apabila tidak ditanggapi, kesenjangan ini berpotensi menurunkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian terdahulu telah mengkaji layanan purna jual dari berbagai sudut. (Pramudya et al., 2024) meneliti kinerja tim SA terhadap penjualan suku cadang mobil dengan pendekatan kualitatif, (Damayanti & Muslimah, 2022) menggunakan *Importance Performance Analysis* pada bengkel AHASS, dan (Hafiduddin et al., 2023) menguji lima dimensi Servqual pada layanan purna jual Honda. Sepengetahuan penulis, studi yang menguji pengaruh kualitas pelayanan SA dan kelengkapan fasilitas secara bersama-sama dengan regresi linear berganda pada bengkel resmi Yamaha masih terbatas. Inilah kesenjangan penelitian (*research gap*) yang diisi oleh artikel ini.

Secara teoretis, temuan penelitian memperkaya kajian perilaku konsumen di sektor jasa otomotif. Secara praktis, hasilnya memberi dasar bagi manajemen bengkel dalam menentukan prioritas perbaikan layanan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh (1) kualitas pelayanan SA, (2) kelengkapan fasilitas bengkel, dan (3) keduanya secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Yamaha Halilintar Motor. Artikel disusun dalam lima bagian: pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil dan pembahasan, serta kesimpulan dan saran.

2. TINJAUAN PUSTAKA

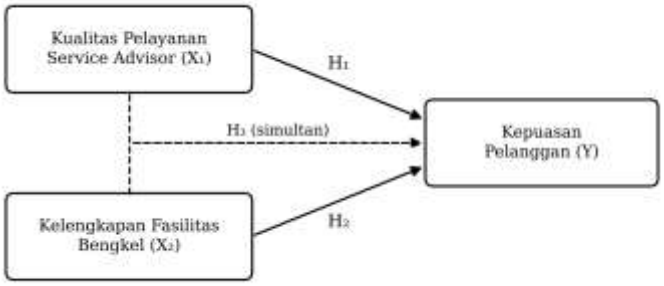
Service Advisor (SA) adalah posisi profesional di bengkel yang menjadi penghubung utama antara pelanggan dan mekanik. Menurut (Pramudya et al., 2024), SA tidak hanya memberi pelayanan teknis, tetapi juga rekomendasi perawatan yang akurat, sehingga kemampuan komunikasi dan pengetahuan teknis menjadi kunci kepuasan pelanggan. (Siahaan et al., 2021) menempatkan SA sebagai bagian krusial tim purna jual, dengan penilaian kinerja yang mencakup keramahan, kedisiplinan, dan kecepatan kerja. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan SA (X_1) diukur melalui keandalan diagnosis keluhan, kecepatan respons, jaminan pengetahuan teknis, empati dan keramahan, serta kerapian penampilan, yang merujuk pada dimensi Servqual.

Kelengkapan fasilitas bengkel (X_2) didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kecukupan sarana fisik, peralatan mekanik, dan kenyamanan ruang tunggu. (Mahfudhi et al., 2023) mengartikan kelayakan sarana sebagai ukuran seberapa layak perangkat, bahan, dan peralatan digunakan langsung untuk mencapai tujuan operasional. Pada bengkel sepeda motor, hal ini mencakup perkakas servis, ketersediaan suku cadang asli, serta kebersihan dan keamanan area pelanggan.

Kepuasan pelanggan (Y) berkaitan dengan terpenuhinya harapan pelanggan setelah membandingkannya dengan hasil perbaikan dan layanan yang diterima. Pelanggan yang puas cenderung melakukan servis ulang dan merekomendasikan bengkel kepada orang lain (Saragih et al., 2022). Indikator yang digunakan adalah kesesuaian servis dengan harapan, minat servis ulang, dan kesediaan merekomendasikan bengkel.

(Hafidz & Fadilah, 2024) melaporkan bahwa kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh kuat dan positif terhadap kepuasan pelanggan di bengkel resmi kendaraan bermotor merek mewah. (Damayanti & Muslimah, 2022) menemukan bahwa dimensi bukti fisik dan daya tanggap memengaruhi kepuasan pelanggan bengkel AHASS, sedangkan (Hafiduddin et al., 2023) mendapati hanya dua dari lima dimensi Servqual yang berpengaruh signifikan pada layanan purna jual Honda. (Sugiyarto et al., 2026) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Satria Jaya Motor, Tangerang. Penelitian ini berbeda karena menguji pelayanan SA dan fasilitas secara bersamaan pada bengkel resmi Yamaha dengan regresi linear berganda.

Kerangka konseptual pada Gambar 1 memposisikan kualitas pelayanan SA (X_1) dan kelengkapan fasilitas bengkel (X_2) sebagai variabel bebas serta kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Berdasarkan landasan teori dan temuan terdahulu, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.



Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

H_1: Kualitas pelayanan SA berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
H_2: Kelengkapan fasilitas bengkel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
H_3: Kualitas pelayanan SA dan kelengkapan fasilitas bengkel berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu menguji teori dengan mengukur variabel dalam bentuk angka dan menganalisisnya secara statistic (Priadana & Sunarsi, 2021); (Zulfikar et al., 2024). Data primer dikumpulkan di Bengkel Yamaha Halilintar Motor pada April–Juni 2026 melalui kuesioner, sedangkan data pendukung diperoleh dari observasi partisipan dan dokumentasi bengkel. Bengkel ini dipilih karena peneliti bekerja sebagai administrator di sana, sehingga keluhan pelanggan dapat diamati langsung.

Populasi penelitian adalah pelanggan bengkel yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (populasi infinit). Sampel diambil dengan *non-probability sampling* jenis *accidental sampling*, yaitu siapa saja yang kebetulan ditemui peneliti dan sesuai kriteria dapat menjadi sumber data (Ulva Putri Ramadani et al., 2025). Kriterianya adalah pelanggan yang pernah menerima layanan SA dan menggunakan fasilitas bengkel. Jumlah responden akhir yang memenuhi kriteria adalah 50 pelanggan.

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 1–5, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju (Awaludin et al., 2023); (Rosita et al., 2021). Kuesioner memuat 10 pernyataan untuk X_1, 9 pernyataan untuk X_2, dan 10 pernyataan untuk Y. Analisis dilakukan dengan SPSS 29 melalui uji validitas (r hitung dibandingkan r tabel 0,279 pada N = 50 dan α = 5%), uji reliabilitas (Cronbach's Alpha > 0,60), dan uji asumsi klasik yang meliputi normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan linearitas (Effiyaldi et al., 2022); (Hutagaol, 2025). Pengujian hipotesis menggunakan regresi linear berganda dengan model $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (Aghna et al., 2025); (Iba & Wardhana, 2024); (Putri et al., 2023).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden

Responden terbagi sama banyak antara pria dan wanita (masing-masing 25 orang; 50%). Mayoritas berusia 18–25 tahun (27 orang; 54%) dan berpendidikan SMA/SMK (24 orang; 48%), diikuti lulusan S1 (19 orang; 38%). Sebanyak 37 responden (74%) telah mengunjungi bengkel lebih dari satu kali, dengan kelompok terbesar 2–3 kali kunjungan (19 orang; 38%), sehingga responden cukup berpengalaman menilai pelayanan SA dan fasilitas. Motor matic kecil (54%) dan matic besar (40%) mendominasi, sedangkan motor bebek/sport hanya 6%. Ringkasan karakteristik responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden (N = 50)

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Pria	25	50%
	Wanita	25	50%
Usia	18–25 tahun	27	54%
	26–30 tahun	11	22%
	> 30 tahun	12	24%
Pendidikan	SD	2	4%
	SMP	5	10%
	SMA/SMK	24	48%
	S1	19	38%
Frekuensi Kunjungan Servis	1 kali (pertama kali)	13	26%
	2–3 kali	19	38%
	4–5 kali	10	20%
	> 5 kali	8	16%
Jenis motor	Matic kecil (Mio, Fazzio, Gear, dll.)	27	54%
	Maxi/matic besar (Nmax, Aerox, Lexi, Xmax)	20	40%
	Bebek/sport (Jupiter, Vega, R15, Vixion, dll.)	3	6%

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Seluruh 29 butir pernyataan dinyatakan valid karena r hitung (0,795–0,960) lebih besar daripada r tabel (0,279) dengan signifikansi < 0,001. Nilai *Cronbach's Alpha* ketiga variabel (0,951–0,983) berada jauh di atas batas 0,60, sehingga instrumen reliabel dan data layak dianalisis lebih lanjut (Tabel 2).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Rentang r hitung	r tabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan SA (X_1)	10	0,810–0,924	0,279	0,962	Valid dan reliabel
Kelengkapan Fasilitas Bengkel (X_2)	9	0,795–0,912	0,279	0,951	Valid dan reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	10	0,873–0,960	0,279	0,983	Valid dan reliabel

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

4.3. Uji Asumsi Klasik

Residual berdistribusi normal (Asymp. Sig. Kolmogorov-Smirnov 0,200 > 0,05), dan titik pada grafik P-P *Plot* mengikuti garis diagonal. Diagram pencar (*scatterplot*) residual menyebar acak di atas dan di bawah angka nol tanpa pola tertentu, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Nilai *Tolerance* 0,139 (> 0,10) dan VIF 7,206 (< 10) menunjukkan tidak ada multikolinearitas, meskipun nilai VIF yang cukup tinggi mengindikasikan bahwa X_1 dan X_2 berkorelasi kuat. Hubungan kedua variabel bebas dengan kepuasan pelanggan bersifat linear (Tabel 3).

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji	Indikator	Hasil	Kriteria	Kesimpulan
Normalitas	Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	> 0,05	Normal
Heteroskedastisitas	Scatterplot residual	Tidak berpola	Tidak berpola	Tidak terjadi
Multikolinearitas	Tolerance dan VIF (X_1 dan X_2)	0,139 dan 7,206	> 0,10 dan < 10	Tidak terjadi
Linearitas X_1	Sig. Deviation from Linearity	0,697	> 0,05	Linear
Linearitas X_2	Sig. Deviation from Linearity	0,134	> 0,05	Linear

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

4.4. Pengujian Hipotesis

Hasil regresi linear berganda (Tabel 4) menghasilkan persamaan $Y = -5{,}846 + 0{,}364X_1 + 0{,}881X_2$. Koefisien kedua variabel bernilai positif: setiap kenaikan satu satuan kualitas pelayanan SA meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,364 satuan, dan setiap kenaikan satu satuan kelengkapan fasilitas meningkatkannya sebesar 0,881 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Secara parsial, X_1 berpengaruh signifikan (t hitung 2,124 > t tabel 2,011; Sig. 0,039 < 0,05) dan X_2 berpengaruh signifikan (t hitung 4,727 > t tabel 2,011; Sig. < 0,001). Dengan demikian, H_1 dan H_2 diterima.

Tabel 4. Hasil Regresi Linear Berganda dan Uji t (Variabel Terikat: Kepuasan Pelanggan)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
(Konstanta)	−5,846	2,478	–	−2,359	0,023
Kualitas Pelayanan SA (X_1)	0,364	0,171	0,295	2,124	0,039
Kelengkapan Fasilitas Bengkel (X_2)	0,881	0,186	0,655	4,727	< 0,001

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Keterangan:
B = koefisien regresi tidak terstandar; Beta = koefisien terstandar; Sig. = tingkat signifikansi; t tabel = 2,011 (df = 47; α = 0,05).

Secara simultan, nilai F hitung sebesar 163,903 jauh melampaui F tabel 3,20 dengan Sig. < 0,001, sehingga H_3 diterima. Koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,869 berarti 86,9% variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh kualitas pelayanan SA dan kelengkapan fasilitas, sedangkan 13,1% sisanya dijelaskan faktor lain di luar model (Tabel 5).

Tabel 5. Hasil Uji F dan Koefisien Determinasi

Statistik	Nilai	Keterangan
F hitung (df = 2; 47)	163,903	> F tabel 3,20
Sig. (uji F)	< 0,001	< 0,05
R	0,935	Hubungan sangat kuat
R Square	0,875	–
Adjusted R Square	0,869	86,9% variasi Y dijelaskan model
Std. Error of the Estimate	4,258	–

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

4.5. Pembahasan

Kualitas pelayanan SA berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan (Sugiyarto et al., 2026), (Hafidz & Fadilah, 2024), serta (Pramudya et al., 2024) yang menekankan peran komunikasi dan pengetahuan teknis SA. Karena SA adalah orang pertama yang ditemui pelanggan, keramahan, kecepatan respons, dan kejelasan informasi langsung membentuk persepsi atas bengkel secara keseluruhan. Hal ini relevan dengan keluhan pelanggan mengenai SA yang kurang komunikatif. Meski demikian, pengaruh SA (Beta 0,295) lebih kecil daripada fasilitas dan baru signifikan pada tingkat 0,039, sehingga perbaikan sikap SA saja tidak cukup.

Kelengkapan fasilitas bengkel memiliki pengaruh yang lebih kuat (B = 0,881; Beta = 0,655; t = 4,727). Hasil ini konsisten dengan (Hafidz & Fadilah, 2024) dan dengan (Damayanti & Muslimah, 2022) yang menemukan bahwa dimensi bukti fisik memengaruhi kepuasan pelanggan bengkel. Pelanggan tampaknya lebih puas ketika masalah kendaraannya dapat diselesaikan dengan peralatan yang lengkap, suku cadang yang tersedia, dan ruang tunggu yang nyaman. (Hafiduddin et al., 2023) mendapati bahwa hanya dua dari lima dimensi Servqual yang signifikan; perbedaan itu wajar karena penelitian ini mengukur pelayanan SA sebagai satu variabel gabungan sehingga tidak dapat dibandingkan per dimensi.

Secara simultan, kedua variabel menjelaskan 86,9% variasi kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan SA melayani pelanggan dan dukungan fasilitas fisik bekerja saling melengkapi. Nilai VIF 7,206 menunjukkan bahwa kedua variabel berkorelasi kuat; pelanggan yang menilai SA baik cenderung menilai fasilitas baik pula, sehingga besarnya kontribusi masing-masing perlu ditafsirkan dengan hati-hati. Faktor lain yang tidak diteliti, seperti harga dan kualitas hasil perbaikan, kemungkinan menyumbang 13,1% sisanya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan Service Advisor dan kelengkapan fasilitas bengkel masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Yamaha Halilintar Motor, dan keduanya bersama-sama menjelaskan 86,9% variasi kepuasan. Kelengkapan fasilitas menjadi prediktor yang lebih dominan daripada pelayanan SA. Kontribusi penelitian ini adalah bukti empiris dari bengkel resmi Yamaha bahwa kepuasan pelanggan dibentuk oleh kombinasi layanan sumber daya manusia di garis depan dan dukungan sarana fisik, bukan oleh salah satunya saja.

Bagi manajemen bengkel, disarankan (1) menyelenggarakan pelatihan SA secara berkala dengan fokus pada komunikasi yang solutif, keramahan, ketelitian diagnosis, dan kecepatan respons; serta (2) berinvestasi pada fasilitas, yaitu merawat peralatan mekanik agar tetap mutakhir, menjamin ketersediaan suku cadang asli, dan meningkatkan kenyamanan ruang tunggu. Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu sampel hanya 50 responden yang diambil secara kebetulan pada satu bengkel sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi. Penelitian selanjutnya disarankan menambah jumlah responden dan lokasi, serta memasukkan variabel lain seperti harga, kualitas hasil servis, dan loyalitas pelanggan.

REFERENSI

Aghna, H., Ramadhani, M., Hidayah, N., & Panggabean, H. S. (2025). *Analisis Varians dan Uji Signifikansi F*. *4*(2).

Awaludin, M., Mantik, H., & Fadillah, F. (2023). *PENERAPAN METODE SERVQUAL PADA SKALA LIKERT UNTUK MENDAPATKAN KUALITAS PELAYANAN KEPUASAN PELANGGAN*.

Damayanti, S., & Muslimah, E. (2022). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Service Sepeda Motor Di Bengkel AHASS UMS Motor II*.

Effiyaldi, Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. (2022). *PENERAPAN UJI MULTIKOLINIERITAS DALAM PENELITIAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*. https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage

Hafiduddin, M., Hidayatulloh, H. S., Kurniawan, F. H., Widodo, M. R. S., & Pratama, W. C. T. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SUATU LAYANAN PURNA JUAL MOTOR HONDA*. *2*(1). https://doi.org/10.26753/hombis.v2i1.069

Hafidz, G. P., & Fadilah, T. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Layanan Purna Jual Kendaraan Bermotor Luxury Brand*. 1–25.

Hutagaol, K. (2025). KAJIAN TENTANG UJI ASUMSI KLASIK BERBANTUAN SPSS. *Kajian Tentang Uji Asumsi Klasik Berbantuan SPSS. Jurnal Padegogik*, *8*(2), 15–28. https://doi.org/10.35974/jpd.v8i2.4173

Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0*.

Mahfudhi, Suwignyo, J., & Fatra, F. (2023). KELENGKAPAN DAN KELAYAKAN FASILITAS BENGKEL PRAKTIK TEKNIK DAN BISNIS SEPEDA MOTOR DI SMK NURUL HUDA TEGOWANU. *Education Sains Technology Engineering Mathematic Seminar (EDUSTEMS) Unisvet*, *1*(1), 2023.

Pramudya, R. S., Kusmayati, N. K., & Sari, A. K. (2024). Analisa Kinerja Tim Service Advisor Terhadap Tingkat Penjualan Sparepart Mobil di PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors di Surabaya. In *Social Sciences Journal* (Vol. 2, Number 3).

Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.

Putri, D. A., Ahman, Hilmia, R. S., Almaliyah, S., & Permana, S. (2023). *PENGAPLIKASIAN UJI T DALAM PENELITIAN EKSPERIMEN*. *4*(3). https://doi.org/10.46306/lb.v4i3

Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER PERILAKU PROSOSIAL. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, *4*(4), 279. https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413

Saragih, L., Banjarnahor, A. R., Anggraini, N., Sudarso, A., Muliatie, Y. E., Lie, D., Purnomo, Y. J., Purba, B., Sudarmanto, E., Kuswandi, S., & Prasetio, A. (2022). *Strategi Manajemen Pemasaran*.

Siahaan, M. M., Damanik, I. S., & Saragih, I. S. (2021). *Menentukan Kelayakan Pelayanan Service Advisor Pada PT. Sutan Indo Aneka Mobil Pematangsiantar dengan Metode Weighted Sum Model*. *6*, 199–206. https://tunasbangsa.ac.id/ejurnal/index.php/jurasik

Sugiyarto, Ahidin, U., & Alfatiyah, R. (2026). *Peran Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Bengkel Satria Jaya Motor Di Tangerang*. 493–508.

Ulva Putri Ramadani, Raudhotul Muthmainnah, Nisa Ulhilma, Azzah Wazabirah, Rully Hidayatullah, & Harmonedi, H. (2025). Strategi Penentuan Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan: Antara Validitas dan Representativitas. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, *3*(2), 574–585. https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1021

Zulfikar, R., Permata Sari, F., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Annisa, S., Budi Kusumawardhani, O., Mutiah, atul, Indrakusuma Linggi, A., & Fadilah, H. (2024). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF (TEORI, METODE DAN PRAKTIK)*. www.freepik.com