

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

(Studi Kasus Pada Pelanggan Toyota Auto 2000 Sanur)

I Nyoman Tio Buki⁽¹⁾

Ida Ayu Masyuni⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
e-mail: inymtioburi@gmail.com

ABSTRACT

This inquire about was conducted at Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar. The populace in this investigate is clients buying cars at Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar in 2019-2022 with a populace of 1,869 individuals. The test utilized in this investigate was 95 respondents who were decided utilizing the Slovin equation. The information investigation strategies utilized in this investigate are legitimacy, unwavering quality, classical presumptions, numerous straight relapse, coefficient of assurance, t test and F test. Based on the inquire about comes about, it can be seen that:(1) Benefit quality features a positive and critical impact on client fulfillment. Typically demonstrated by the esteem of $t = 2.962$ which is more prominent than the sig value of 0.004. (2) Item quality incorporates a positive impact on client fulfillment. This is often demonstrated by the tcount = 2.884 and the sig esteem 0.005 (3) Benefit quality and item quality simultaneously impact client fulfillment. Typically demonstrated by the Ftable value of 3.10 and the Fcount esteem of 458.347. Looking at the investigate comes about, Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar within the future must be able to acknowledge recommendations and input from clients. Give a recommendation box before the entrance so that clients who need to grant recommendations can unreservedly express them. Usually imperative to do to assess the company's execution so that within the future the benefit given by Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar can be superior .

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan membeli mobil di Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar tahun 2019-2022 dengan jumlah populasi 1.869 orang. "Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 95 responden yang ditentukan menggunakan rumus slovin. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung = 2.962 lebih besar dan nilai sig 0.004. (2) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung = 2.884 dan nilai sig 0.005 (3) Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai Ftabel sebesar 3,10 dan nilai Fhitung sebesar 458,347". Melihat hasil penelitian, pihak Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar kedepannya harus mampu menerima saran dan masukkan dari pelanggan. Sediakan kotak saran didepan pintu masuk sehingga pelanggan yang ingin memberikan saran bisa leluasa mengungkapkannya. Hal ini penting dilakukan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan sehingga kedepannya pelayanan yang diberikan Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar bisa semakin baik.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan*

Pendahuluan

Perusahaan otomotif merupakan perusahaan yang bergerak secara umum di dunia kendaraan bermotor. Baik motor, mobil, truk, dan kendaraan yang bermotor lainnya biasanya masuk dalam kategori perusahaan otomotif. Perusahaan-perusahaan dalam kategori ini biasanya melakukan kegiatan mulai dari merancang sampai memasarkan kendaraan bermotor. Tentu dalam tren dunia yang mayoritas memiliki mobilitas tinggi memerlukan kendaraan bermotor. Sehingga perusahaan dalam kategori ini memiliki permintaan yang cukup tinggi setiap tahunnya. Banyak produsen mobil di Indonesia salah satunya yaitu “Toyota Auto 2000 adalah jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota yang manajemennya ditangani penuh oleh PT Astra International Tbk. Saat ini Auto 2000 adalah main dealer Toyota terbesar di Indonesia, yang menguasai antara 70-80 % dari total penjualan Toyota. perusahaan ini merupakan perusahaan yang menyediakan penjualan salah satu produsen mobil di Indonesia mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan mobil baru”

Dengan menjadi dealer Toyota terbesar di Indonesia Auto 2000 tidak hanya sebagai tempat penjualan mobil, perusahaan ini juga merupakan salah satu tempat pengaduan bagi para pelanggan Toyota apabila ada keluhan terhadap produk maupun jasa yang telah diberikan oleh Toyota dealer ini dilakukan dengan harapan konsumen dapat mengkonsumsi barang dan jasa yang telah disediakan oleh Toyota. Salah satu perusahaan yang menyalurkan barang dan jasa Toyota yaitu Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar dimana perusahaan ini menjadi salah tempat yang biasa di kunjungi oleh para pelanggan Toyota

Fenomena yang terjadi di Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar saat ini mengalami permasalahan dalam kualitas pelayanan dan kualitas produk dimana berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa pelanggan toyota Auto 2000 Sanur Denpasar terkait dengan kualitas pelayanan yang di rasakan oleh pelanggan, dimana sikap karyawan dirasa kurang ramah dan penanganan sangat lambat, pelayanan yang diberikan kurang memuaskan, karyawan tidak pernah menawarkan produk terbaru Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar, waktu tunggu terlalu lama, pelanggan juga mengeluhkan suasana di Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar yang sangat panas, kurangnya fasilitas seperti suara music, majalah dan televisi untuk mengisi waktu luang pelanggan di saat berkunjung.

Kurangnya fasilitas yang diberikan menimbulkan ketidaknyamanan pelanggan saat berkunjung dan mengkonsumsi produk maupun jasa. Selain dari kualitas pelayanan para pelanggan juga ada mengeluhkan dari kualitas produk, dimana ada beberapa produk yang di rasa

kurang seperti bahan bakar yang boros, mesin bising ketika di panaskan, mahalnya harga suku cadang produk, terlambatnya distribusi produk sehingga produk tidak tersedia pada saat di pesan, tarikan kurang bertenaga dan masih banyak keluhan pelanggan terhadap kualitas produk di Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar. Adapun data keluhan pelanggan tahun 2022 dapat dilihat pada Tabel 1.:

Tabel 1. Laporan Keluhan Pelanggan Tahun 2022

| No | Jenis Keluhan | Jenis Keluhan | Jumlah keluhan | Keterangan |
|----|-----------------------------------|---------------|----------------|---|
| 1 | Pelayanan kurang ramah dan lambat | Pelayanan | 12 | Pelayanan yang diberikan sudah maksimal dengan jumlah pelanggan yang cukup ramai setiap harinya |
| 2 | Menunggu terlalu lama | Pelayanan | 15 | Ada beberapa proses dan tahapan pada saat transaksi |
| 3 | Produk tidak tersedia | Produk | 7 | Ada beberapa produk harus Pre Order terlebih dahulu |
| 4 | Bahan bakar boros | Produk | 11 | Terdapat kelebihan dan kekurangan pada setiap produk |
| 5 | Tarikan kurang bertenaga | Produk | 9 | Perlu dilakukan service secara rutin agar mesin mobil tetap stabil |

Sumber : Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar 2022

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa pada tahun 2022 terdapat keluhan pelanggan terhadap Toyota Auto 2000 Sanur. Dengan adanya keluhan pelanggan terhadap pelayanan dan produk tentunya akan mempengaruhi kepuasan dari para pelanggan yang membeli produk disana. “Munculnya berbagai macam produk dalam suatu kategori dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang sudah menjadi standar dapat dengan mudah ditiru dan dimiliki oleh siapapun mengakibatkan sulitnya suatu perusahaan untuk mempertahankan dirinya sebagai pemimpin pasar”.

Dengan adanya keluhan tersebut Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar harus mampu membuat para pelanggannya merasakan puas dengan pelayanan yang di berikan maupun produk yang di beli, dalam hal ini kualitas pelayanan dan kualitas produk sangat berperan aktif dalam menentukan kepuasan pelanggan. Adapun data pelanggan membeli mobil di Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar dapat di lihat pada Tabel 1.2

Tabel 2 Data Pelanggan Membeli Mobil di Toyota Auto 2000 Sanur Tahun 2019-2022

| Bulan | Tahun 2019 | Tahun 2020 | Tahun 2021 | Tahun 2022 |
|----------|------------|------------|------------|------------|
| Januari | 60 | 44 | 14 | 26 |
| Februari | 50 | 28 | 8 | 28 |
| Maret | 61 | 26 | 45 | 25 |

| | | | | |
|--------------------|------------|------------|--------------|------------|
| April | 60 | 6 | 38 | 31 |
| Mei | 64 | 10 | 24 | 28 |
| Juni | 51 | 24 | 42 | 40 |
| Juli | 60 | 8 | 37 | 36 |
| Agustus | 61 | 13 | 40 | 54 |
| September | 52 | 16 | 35 | 50 |
| Oktober | 55 | 17 | 35 | 61 |
| November | 60 | 14 | 61 | 47 |
| Desember | 65 | 25 | 62 | 72 |
| Total | 699 | 231 | 441 | 498 |
| Grand Total | | | 1.869 | |

Sumber : Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar (2023)

Tabel 1.2 menjelaskan bahwa jumlah penjualan mobil pada 4 tahun terakhir yaitu pada tahun 2019 jumlah penjualan di angka 699 orang, pada tahun 2020 penjualan mengalami penurunan menjadi 231 orang, pada tahun 2021 mengalami kenaikan yang signifikan di angka 441 orang dan pada tahun 2022 mengalami sedikit kenaikan di angka 498 orang . Berdasarkan hasil wawancara terhadap pimpinan toyota Auto 2000 Sanur Denpasar menyatakan penjualan paling rendah terjadi di tahun 2020 dikarenakan pada saat itu perekonomian sedang turun drastis yang disebabkan oleh adanya COVID-19.

Berdasarkan uraian dan fenomena yang terjadi di Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar maka penelitian ini dilakukan dengan menguji kembali dan melakukan telaah ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Auto 2000 Sanur) di Denpasar ”**

Menurut Afrianti dan Zulkifli (2017), pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan adalah pelayanan yang baik, ramah, dan nyaman sehingga membuat pelanggan puas dengan apa yang diterimanya. Nanincova dan Niken (2019) juga meyakini bahwa pelanggan akan puas jika layanan berkualitas diberikan kepada mereka. Saripuddin dkk. (2021) menyatakan bahwa pelanggan merasa puas ketika menerima pelayanan yang diinginkan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di berbagai bidang, seperti Amarin dan Wijaksana (2021), Monica dan Marlius (2023), Ichsan dan Karim (2021), Setiawan dkk telah terbukti. (2019) dan Reemana dan Ratnasari (2019).. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H1 : “Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan”

Menurut Hartadi dan Husda (2020), produk yang berkualitas memperoleh kepercayaan dan menciptakan kepuasan pelanggan. Afnina dan Hastuti (2018) juga berpendapat bahwa apabila suatu produk mempunyai kualitas yang baik dan dapat diandalkan maka produk tersebut akan selalu melekat dalam ingatan konsumen dan mereka akan merasa puas. Bahar dan

Sjaaruddin (2015) Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di berbagai bidang, seperti Razak, Ismail (2019), Novia dkk. (2020), Putra, Pandey (2021), Asthi dan Ayunintiyas (2020), Novyanti dari Ys (2018).. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H2 : “Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan”

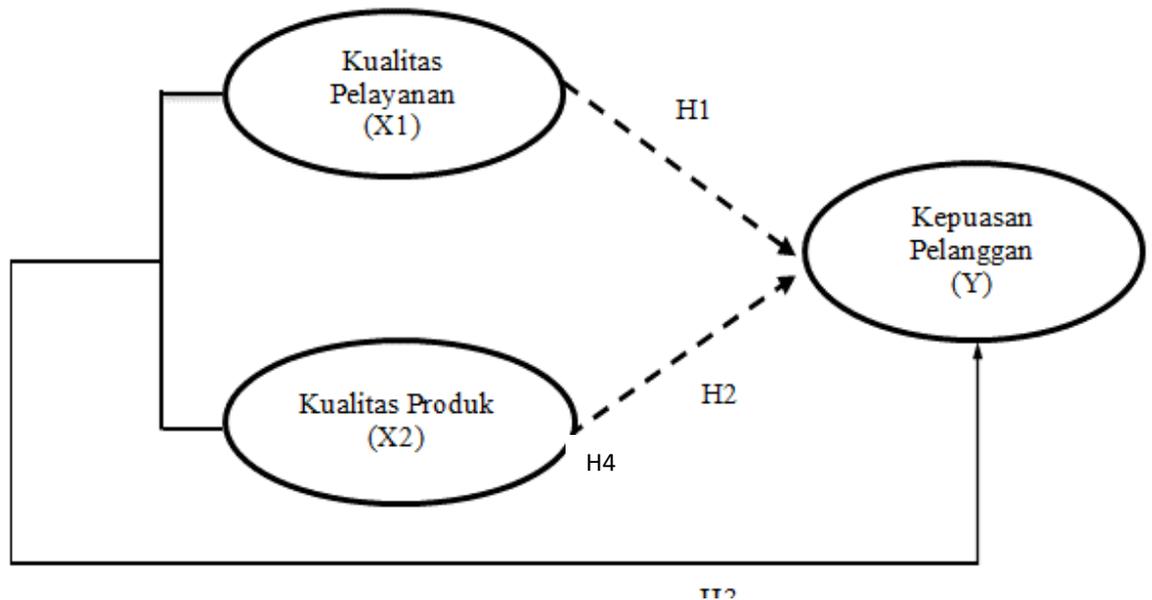
Menurut Khairusy dan Febriani (2020), kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan. Rizan dan Andika (2011) juga berpendapat bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan dan produk terbukti meningkatkan kepuasan secara signifikan, seperti yang ditunjukkan pada penelitian Mahmud, Naruddin (2021), Hartadi, Husda (2020), Mahira dkk. (2021), Ratnasari dan Resmana (2019), dan Rantunu. lainnya. (2021). Berdasarkan hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H3 : "Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan"

Metode Penelitian

Lokasi penelitian di Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar yang beralamat di Bypass Ngurah Rai No.395, Sanur, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali 80228, ada beberapa pertimbangan peneliti memilih perusahaan tersebut sebagai tempat penelitian dikarenakan adanya masalah terkait variabel yang diteliti dan untuk memudahkan dalam mendapatkan responden. dan memberi ijin pelaksanaan penelitian pada perusahaan tersebut. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan otomotif yang cukup besar di Denpasar. Alasan dilaksanakan penelitian peneliti ingin mengetahui perkembangan persaingan perusahaan otomotif yang ada di Denpasar khususnya dalam memasarkan produk Selain itu adanya keluhan yang disampaikan pelanggan terhadap Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar. "Tujuan penelitian ini untuk meneliti apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan serta pengaruhnya terhadap keluhan yang selama ini terjadi. Selain itu manajemen perusahaan yang terbuka dan memberi ijin pelaksanaan penelitian pada perusahaan tersebut. Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian, populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan membeli mobil di Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar tahun 2019-2022 dengan jumlah populasi 1.869 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 95 orang yang ditentukan menggunakan metode penentuan *accidental sampling*, dimana nantinya data dikumpulkan melalui proses penyebaran kuisioner dan dianalisis

menggunakan teknik analisis regresi linear berganda ". Adapun kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Amarin dan Wijaksana (2021)

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam penelitian ini data lolos uji validitas dan reliabilitas dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi yang didapatkan lebih besar dari 0,30 serta nilai *alphanya* yang lebih dari 0,60. Hasil uji asumsi klasik juga mneunjukkan bahwa data berdistribusi normal dengan tingkat singnifikansi yang didapat sebesar 0,147. Penelitian ini juga memiliki data yang layak dikaji sebab berdasarkan uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas data tidak memiliki gejala yang mengganggu hasil penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Model | Coefficients ^a | | Sig. |
|-------|-----------------------------|---------------------------|------|
| | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | |

| | | B | Std. Error | Beta | t | |
|---|--------------------|--------|------------|------|--------|------|
| 1 | (Constant) | -1.450 | .590 | | -2.458 | .016 |
| | Kualitas Pelayanan | .265 | .089 | .485 | 2.962 | .004 |
| | Kualitas Produk | .270 | .094 | .473 | 2.884 | .005 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah 2023

Persamaan regresi dalam penelitian ini:

$$Y = -1,450 + 0,265X_1 + 0,270X_2 + e$$

"Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} = 2.962$ lebih besar dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1.661$ dan nilai sig 0.004 lebih kecil bila di bandingkan dengan nilai alpha $\alpha = 0.05$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara parsial kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variable kualitas pelayanan (X_1) maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y)".

Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin baik kualitas pelayanan kepada pelanggan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Salah satu upaya kami untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan pelanggan adalah dengan memberikan layanan dengan kualitas yang konsisten dan nilai uang yang lebih baik, serta mengungguli pesaing kami di setiap kesempatan. Jika strategi di atas diterapkan maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya (perceived service). Hal ini memungkinkan pelanggan untuk melihat setiap layanan secara positif. Dalam situasi seperti ini, kemungkinan besar pelanggan akan mempunyai kesan yang sangat positif terhadap layanan tersebut dan akan kembali lagi ke perusahaan yang bersangkutan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan Saripudin dkk. (2021) menyatakan bahwa pelanggan merasa puas ketika menerima pelayanan yang diinginkan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di berbagai bidang, seperti Amarin dan Wijaksana (2021), Monica dan Marlius (2023), Ichsan dan Karim (2021), Setiawan dkk telah terbukti. (2019) dan Reemana dan Ratnasari (2019).

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kualitas produk terhadap kepada kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} = 2.884$ dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,661$ dan nilai sig 0.005 bila di bandingkan dengan nilai alpha $\alpha = 0.05$, maka ternyata

nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , dan nilai sig lebih kecil dari nilai α , sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima. Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara parsial kualitas produk (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variable kualitas produk (X_2) maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) ".

Penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, permintaan, penggunaan, atau konsumsi, serta dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk dalam menjalankan tugasnya, seperti daya tahan, keandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan pengemasan dan perbaikan produk, dan karakteristik lainnya. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Razak, Ismail (2019), Novia dkk. (2020), Putra dan Pandey (2021), Asti dan Ayunintias (2020), serta Novyanti dan Eth (2018) membuktikan bahwa kualitas produk yang positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan di berbagai industri berdampak besar.

Tabel 4 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R²)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .953 ^a | .909 | .907 | 1.00240 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,907. hal ini berarti 90,7% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk. Sedangkan sisanya (100% - 90,7% = 9,3%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 921.095 | 2 | 460.548 | 458.347 | .000 ^b |
| | Residual | 92.442 | 92 | 1.005 | | |

| | | |
|-------|----------|----|
| Total | 1013.537 | 94 |
|-------|----------|----|

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data diolah 2023

"Dari hasil penelitian diketahui adanya kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{tabel} sebesar 3,10 dan nilai F_{hitung} sebesar 458,347, sehingga jika dibandingkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan F_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 maka H_3 diterima. Ini berarti bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan teruji kebenarannya".

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mahmud, Naruddin (2021), Hartadi dan Husda (2020), Mahira, Dkk (2021), Ratnasari dan Lesmana (2019) dan Runtunuwu, Dkk (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk terbukti meningkatkan kepuasan.

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Melihat hasil penelitian, pihak Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar kedepannya harus mampu menerima saran dan masukkan dari pelanggan. Sediakan kotak saran didepan pintu masuk sehingga pelanggan yang ingin memberikan saran bisa leluasa mengungkapkannya. Hal ini penting dilakukan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan sehingga kedepannya pelayanan yang diberikan Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar bisa semakin baik. Melihat hasil penelitian, kedepannya Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar harus memperhatikan baha – bahan yang digunakan untuk membuat produknya. Pastikan seluruh bahan yang dipakai berkualitas sehingga nantinya produk yang dihasilkan tidak mudah pecok maupun pecah sehingga konsumen merasa nyaman menggunakan produknya. Melihat hasil penelitian, kedepannya diharapkan Toyota Auto 2000 Sanur Denpasar mampu meningkatkan lagi fitur – fitur yang ada diproduknya sehingga harapan konsumen secara keseluruhan dapat terpenuhi.

Daftar Pustaka

Andriani, N. W. T., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(7), 1424-1436.

- Aunintias dan Asti 2020. Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen. <http://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/ekonomabisarticleview2>
- Hastuti dan Afnina. 2018. Dampak kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. <https://mail.ejurnalunsam.id/index.php/jse/article/view/458>
- Husda dan Hartadi. 2020. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pt Tanjung Uncang Kota Batam. <http://prepository.upbatam.ac.id/deprint/140>
- Ibrahim dkk. 2019. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. <http://scholar.archive.org/work/uljdbptv7vdbvd7jnox2by4hk4/accesswayback/http://jrmbejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/download/2511/32>
- Karim dan Iksan 2021. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt.Medan Raharja Service. <https://journal.lp2m.umnaw.ac.id/index.php/JP2SH/article/view/729>
- Kasinem. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Bukit Serero Rahat. <https://journal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/5096>
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.
- Mahira, dkk. 2021. Dampak kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1233825>
- Mahmud, Narudin. 2021. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Transmart Setiabudi Semarang <http://journal.stieanindyaguna.ac.id/index.php/Article/view/18>
- Mandala dan Fauzi. 2019. Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan inovasi produk terhadap kepuasan yang meningkatkan loyalitas pelanggan. <https://www.neliti.com/publications/401339/pengaruh-kualitas-layanan-produk-dan-inovasi-produk-terhadap-kepuasan>
- Marlius dan Mosica. 2023. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Nagari. <http://sojs.akbpstie.ac.id/index.php/jurnal-pundi/article/view/465>
- Montung dkk. 2015. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan restoran Kawan Baru. <http://sejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10426>
- Nanincova, Niken. 2019. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan 4. 444 pelanggan Noah cafe dan bistro. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/87347880>
- Nobia dkk. Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. <http://pasca-umi.ac.id/index.php/tata/article/view/174>
- Noviyanti, Iis. 2018. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Usaha Mandiri di Serata, Jakarta. https://www.researchgate.net/profile/Iis-Noviyanti/publication/335963611_PENGARUH_KUALITAS_PRODUK_DAN_KUALITAS_PELAYANAN_TERHADAP_KEPUASAN_PELANGGAN_PADA_CV_USAHA_MANDIRI_JAKARTA_SELATAN/links/5f30086ea6fdcccc43b
- Putra, Pandey. 2021. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Mie Cedarp. <http://journal.stieamsir.ac.id/index.php/man/article/view/53>
- Ratnasari dan Resmana. 2019. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pt.Radekatama Piranti Nusa. <https://score.ac.uk/download/pdf/337610321>

-
- Razak, Ismail. 2019. Dampak kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. <http://scholar.archive.org/work/q5maxe5tlveodbm7tkvt2uub7uaccesswaybackhttpsojs.Ekonomi-unkris.ac.id/index.php/JMBK/article/download/286/pdf>
- Runtunuwu dkk. Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Manado Cabana Cafe and Rest. <http://sejournal.unsrat.ac.id/index.php/pemba/article/view/5973>
- Saripuddin dkk. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Saung Manglid. Jurnal Muttaqien Vol. 2, No. 1.
- Setiawan dkk 2019. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/28192206>
- Shaharuddin dan Bahar, 2015. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan niat membeli ulang. <https://sosc.f.iopreprints.inarxiv.tc/2fe>
- Yusuf dan Ismail. 2021. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Indihome Gegerkalong Kota Bandung. <https://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1479>
- Zulkifli dan Afrianti. 2017. Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Citra Laundry Kota Pariaman
- .
- .