

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN REPARASI AC TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI PT.FRIGIA AIRCONDITIONING
CABANG SOEKARNO HATTA BANDUNG TAHUN 2019**

***THE EFFECT OF AIR CONDITIONER REPARATION SERVICE QUALITY
ON CUSTOMER SATISFACTION IN PT. FRIGIA AIRCONDITIONING
BRANCH SOEKARNO HATTA BANDUNG IN 2019***

Ni Made Dhiyah Ayu S¹, Nellyaningsih²

Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

¹madedhiyahayu@gmail.com, ²nellyaningsih@gmail.com

ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman yang semakin modern kebutuhan masyarakat akan transportasi semakin meningkat salah satunya transportasi mobil, namun mobil juga merupakan kendaraan yang membutuhkan perawatan secara berkala baik *service* maupun suku cadangnya, contohnya seperti *service* AC pada kendaraan mobil baik bus dan mini bus. Salah satu perusahaan yang memberikan layanan reparasi AC yang ada di kota Bandung cabang Soekarno Hatta adalah PT. Frigia Airconditioning. PT. Frigia Airconditioning hadir memberikan layanan reparasi AC atau *service* AC merk denso untuk kendaraan mobil. PT Frigia Airconditioning memberikan perawatan berkala dan kerusakan AC pada kendaraan mobil tersebut, lalu juga memberikan layanan kepada pelanggan dengan tujuan memberikan kepuasan yang mengutamakan kualitas baik dalam instalasi dan reparasi atau perbaikan AC. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance* terhadap kepuasan pelanggan, dan aspek apa saja yang menjadi perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa AC di PT.Frigia Airconditioning cabang Soekarno Hatta Bandung. Berdasarkan hasil pengolahan data kualitas pelayanan reparasi AC memperoleh persentase sebesar 76% termasuk dalam kategori baik. Persentase tertinggi berada pada dimensi *reliability* yang mendapatkan hasil yang sama sebesar 79,12% yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan reparasi AC dinilai baik oleh pelanggan. Sedangkan variabel Kepuasan Pelanggan berada dalam kategori baik dengan persentase 77,60%. Sedangkan berdasarkan hasil uji hipotesis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan sebesar 30,3%. Berdasarkan hasil penelitian penulis menyarankan kepada perusahaan PT.Frigia Airconditioning cabang Soekarno Hatta Bandung agar terus meningkatkan kualitas pelayanan khususnya dalam hal empati, sehingga dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Along with the development of the times, the need for increasingly modern transportation will increase, one of which is car transportation, but the car is also a vehicle that needs regular maintenance, both service and spare parts, for example such as AC service on vehicles both buses and mini buses. One company that provides ac repair services in the Soekarno Hatta branch of Bandung city is PT. Frigia Airconditioning. PT. Frigia Airconditioning provides AC repair services or Denso brand air conditioner service for car vehicles. PT Frigia Airconditioning provides regular maintenance and AC damage to the car vehicle, then also provide services to customers with the aim of providing satisfaction that prioritizes quality both in the installation and repair of air conditioners. The purpose of this study is to find out how the influence of service quality consisting of tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance, to customer satisfaction, and what aspects are improvements to improve the quality of ac services at PT. Frigia Airconditioning branch of Soekarno Hatta Bandung. Based on the results of data processing, AC repair service quality obtained a percentage of 76% included in the good category. The highest percentage is in the reliability dimension which gets the same result of 79.12% which indicates that the quality of AC repair services is considered good by the customer. While the customer satisfaction variables are in the good category with a percentage of 77.60%. While based on the results of hypothesis testing the influence of variable service quality on customer satisfaction proved to have a significant positive

influence on customer satisfaction. Based on the results of the study the authors suggested to the company PT.Frigia Airconditioning branch of Soekarno Hatta Bandung to continue to improve the quality of its excellent service in terms of empathy, so that it can further enhance customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction.*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

PT. Frigia Airconditioning hadir memberikan layanan reparasi AC atau service AC merk denso untuk kendaraan mobil. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu staff PT Frigia Airconditioning bagian pelayanan mengungkapkan bahwa terjadinya penurunan penjualan pada tahun 2018 diakibatkan karena adanya beberapa faktor yang dikemukakan oleh konsumen yakni perlunya waktu yang lama untuk menangani masalah pada AC mobil, dan mahal nya harga pelayanan reparasi ac yang diberikan PT Frigia Airconditioning kepada konsumen. Kesadaran bahwa sangat pentingnya kualitas pelayanan pada perusahaan karena kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang menerima pelayanan atas perusahaan tersebut

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan jasa reparasi AC di PT. Frigia Airconditioning?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan reparasi AC PT.Frigia Airconditioning?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan reparasi AC di PT. Frigia Airconditioning?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap pelayanan reparasi AC di PT Frigia Airconditioning
2. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan reparasi AC PT.Frigia Airconditioning
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan reparasi AC di PT Frigia Airconditioning.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat demi meningkatkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, serta dapat digunakan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya yang tentunya berhubungan dengan kualitas pelayanan kepada konsumen demi meningkatkan penjualan perusahaan.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi Peneliti
Penelitian ini dilakukan untuk memperdalam pengetahuan peneliti, khususnya dibidang manajemen pemasaran, sekaligus menambah wawasan serta mengaplikasikan segala macam ilmu yang peneliti peroleh di bangku perkuliahan
 - b. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan saran kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan penjualan berdasarkan kualitas pelayanan kepada konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

1. Objek penelitian ini adalah reparasi AC di PT.Frigia Airconditioning cabang Soekarno Hatta Bandung.
2. Penelitian ini menggunakan variabel (X) kualitas Pelayanan dan variabel (Y) kepuasan pelanggan.
3. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

2. Landasan Teori

2.1 Manajemen Pemasaran

Menurut Assauri (2017:12) manajemen pemasaran yaitu mencakup proses pengambilan keputusan yang didasarkan atas konsep pemasaran dan proses manajemen yang mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan kebijakan, strategi dan taktik, dan pengendalian.

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Keller dalam Tjiptono, 2014: 354).

3. Metodologi Penelitian

Menurut Nellyaningsih (2017) menyatakan bahwa penelitian pada dasarnya untuk menunjukkan kebenaran dan pemecahan masalah atas apa yang diteliti untuk mencapai tujuan tersebut, selanjutnya dilakukan suatu metode yang tepat dan relevan untuk tujuan yang diteliti. Menurut Creswell dalam Sugiyono (2018:01) menyatakan bahwa “*research methods involve the form of data collection, analysis, and interpretation that research proposes for the studies.*” Yaitu artinya metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Sesuai pada tujuan penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh kualitas pelayanan reparasi AC terhadap kepuasan pelanggan PT Frigia Airconditioning cabang Soekarno Hatta kota Bandung. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:15) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan kepada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu lalu pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2018:48) penelitian deskriptif adalah penelitian yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Sedangkan penelitian kausal menurut Sugiyono (2018:52) adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi).

4. Hasil Analisis dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014:248) alat ukur yang digunakan untuk menguji validitas dari setiap pernyataan yang ada dalam kuesioner, digunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = skor butir

y = skor total butir

N = jumlah sampel (responden)

Menurut Sugiyono (2014:249) adapun hasil uji validitas dari setiap pertanyaan variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Jika r hitung \geq r tabel maka instrument atau item-item pernyataan dinyatakan valid.
2. Jika r hitung \leq r tabel maka instrument atau item-item pernyataan dinyatakan tidak valid.
3. Dengan menggunakan tingkat signifikan (a) sebesar 5%, maka diperoleh r tabel sebesar 0,195 berdasarkan test yang dilakukan kepada 100 responden.

4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:209) menyatakan bahwa instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, agar dapat menghasilkan data yang sama. Untuk dapat menghitung koefisien reliabilitas, maka peneliti menggunakan rumus *cronbach alpha* antara lain:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} x \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{\sum S_t} \right\}$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

$\sum St$ = Skor tiap-tiap item
 k = Banyaknya butir soal
 St = Varians total

Menurut Sunjoyo (2016:41) setiap alat ukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran. Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang digunakan dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Variabel kuesioner dikatakan reliabel jika nilai koefisien *cronbach alpha* (α) hitung semakin dekat dengan 1,0 semakin baik, bila pada kisaran 0,70 bisa diterima dan bila lebih dari 0,80 adalah baik.

4.3 Analisis Deskriptif

Statistik Deskriptif menurut Sugiyono (2018:226) menyatakan bahwa statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Maka peneliti hanya mampu mendeskripsikan data sampel dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi. Kegiatan ini dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Dari jawaban dalam kuesioner tersebut, disusun kriteria penilaian untuk setiap pernyataan berdasarkan presentase dengan langkah-langkah berikut:

1. Nilai kumulatif adalah jumlah dari setiap pernyataan yang merupakan jawaban dari setiap responden.
2. Presentase adalah nilai kumulatif pernyataan dibagi dengan nilai frekuensi dikalikan 100%.
3. Menghitung jumlah kumulatif terbesar dan terkecil, jumlah responden adalah 100 orang dengan nilai skala pengukuran terbesar adalah 4 dan nilai skala terkecil 1. Sehingga diperoleh jumlah kumulatif terbesar adalah $100 \times 4 = 400$, dan jumlah kumulatif terkecil adalah $100 \times 1 = 100$.
4. Menentukan nilai presentase terbesar dan terkecil. Nilai presentase terbesar adalah $(400:400) \times 100\% = 100\%$, nilai presentase terkecil adalah $(100:400) \times 100\% = 25\%$
5. Menghitung nilai rentang yaitu $100\% - 25\% = 75\%$ jika dibagi 4 sebagai skala tertinggi maka nilai interval presentase sebesar 18,75%.

4.4 Uji Normalitas

Uji Normalitas menurut Sugiyono (2018:258) adalah gunanya untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Dapat Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data.

Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan uji *non parametrik. Kolmogorof smirnov* (K-S) Ghozali (2016:154). Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal

4.5 Uji Koefisien Determinasi (R square)

Menurut Ghozali (2016:177) didapat dari angka R square atau angka korelasi yang dikuadratkan. Koefisien determinasi (R square) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Rumus untuk menghitung R square menurut Sugiyono (2018:257) adalah sebagai berikut:

$Kd = r^2 \times 100\%$ Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi.

R = Koefisien relasi variabel bebas dengan variabel terikat.

4.6 Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2018:300) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subyek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Harga Y bila X= 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi , yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

4.7 Uji t

Untuk menentukan nilai t tabel ditentukan dengan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $dk=(n-k-1)$ dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu :

- Jika t hitung > t tabel maka H0 ditolak dan H1 diterima
- Jika t hitung < t tabel maka H0 diterima dan H1 ditolak.

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,047	1,610		4,997	,000
total_x	,245	,038	,550	6,522	,000

a. Dependent Variable: total_y

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan hasil uji t diatas, nilai t tabel untuk $n = 100$ ($df=n-k-1$) dengan tingkat signifikan (α) sebesar 5% (0,05), didapat t tabel 1,661. Dari perhitungan data maka diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan reparasi AC sebesar 6.522 dan t tabel 1,661. Dikarenakan nilai t hitung > t tabel maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya kualitas pelayanan reparasi AC berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT.Frigia Ariconditiioning cabang Soekarno Hatta Bandung.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- Tanggapan responden atas "Pengaruh Kualitas Pelayanan Reparasi AC Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT.Frigia Airconditioning Cabang Soekarno Hatta Bandung" secara keseluruhan menghasilkan skor sebesar 76% yang termasuk dalam kriteria baik. Maka dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan reparasi AC terhadap kepuasan pelanggan di PT.Frigia Airconditioning cabang Soekarno Hatta Bandung sudah baik menurut responden.
- Tanggapan reponden mengenai kepuasan pelanggan di PT.Frigia Airconditioning cabang Soekarno Hatta Bandung memperoleh skor 77,60% yang termasuk kedalam kriteria baik. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan di PT.Frigia Airconditioning cabang Soekarno Hatta Bandung sudah baik dan keseluruhan item pada variabel kepuasan pelanggan menyatakan bahwa item tersebut mendukung seseorang melakukan kepuasan pelanggan.
- Dari hasil pengujian yang telah disajikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti variabel kualitas pelayanan reparasi AC cukup berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan di PT.Frigia Airconditioning cabang Soekarno Hatta Bandung, yaitu sebesar 30,3%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan yang dikemukakan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan dan memperluas pengetahuan, antara lain:

Bagi Perusahaan

1. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan melakukan sistem *booking online* sehingga mempermudah konsumen dalam menggunakan jasa layanan reparasi AC di PT.Frigia Airconditioning.
2. Pihak perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan lagi dalam prosedur pelaksanaan kerja baik itu dalam segi pelayanan ataupun fasilitas yang diberikan kepada pelanggannya. Hal tersebut dalam kenyataannya menurut kuesioner yang telah dibagikan kepada pelanggan PT.Frigia Airconditioning cabang Soekarno Hatta di kota Bandung, salah satunya sering terjadi pelanggan kurang merasa puas atas masalah yang dirasakan pada kendaraannya, kurang dalam memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan. Hal tersebut terbukti dengan hasil penilaian dimensi *emphaty* (empati) yang dalam penilaian memiliki nilai terendah dari 4 dimensi lainnya yaitu 72,08% yang ada pada dalam kategori baik. Sebaiknya perusahaan melayani dengan cepat dan merespon pelanggan dengan baik karena akan lebih menanamkan sikap positif yang ditunjukkan pelanggan pada kualitas pelayanan jasa reparasi AC PT.Frigia Airconditioning cabang Soekarno Hatta di kota Bandung.
3. Memberi *reward* atau penghargaan bagi pelanggan yang sudah melakukan *service* minimal sepuluh kali menggunakan jasa reparasi AC, akan diberikan gratis satu kali *service* reparasi AC di PT.Frigia Airconditioning cabang Soekarno Hatta Bandung.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya membatasi pengaruh kualitas pelayanan reaparasi ac terhadap kepuasan pelanggan PT.Frigia Airconditioning cabang Soekarno Hatta Bandung. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk:

1. Memperluas area penelitian karena banyak sampel yang diambil, maka hasil semakin sangat akurat
2. Memperbanyak landasan teori mengenai kualitas pelayanan reparasi AC terhadap kepuasan pelanggan PT.Frigia Airconditioning cabang Soekarno Hatta Bandung
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan memasukan variabel lain diluar kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Assauri S., (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing Sixteenth Edition: Global Edition*, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Edition: Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

Jurnal & Skripsi:

- Fatimah, S., Nellyaningsih. (2017). *Analisis Service Quality Dengan Menggunakan Metode Fishbone Diagram (Studi Kasus Pada Bank Bjb Cabang Buah Batu Bandung)*. *E-Proceedin Of Applied Science*. Vol. 3, No. 2.
- Kusnadi, Aprilia Amirah. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lembaga Bimbingan Belajar Tridaya Kota Bandung*.
- Meiliani, S, D. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada jasa PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di cabang Setrasari Mall Bandung)*. Tugas Akhir Program D3 Manajemen Pemasaran.
- Prastyo, M, F. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mout (E-WOM) Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cafe Mie Merapi Di Kota Bandung*

Website:

- www.bps.jumlahkendaraan2018.go.id
- www.liputan6.otomotif.acmobil.com,2019
- www.momobil.daftar-lengkap-bengkel-mobil-di-bandung,2019
- www.profilperusahaan.com/Frigia-air-conditioning-pt,2019
- www.pt-frigia-airconditioning.business.site