

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA ECO RACING PADA PERUSAHAAN PT. BANDUNG ECO SINERGI TEKNOLOGI (BEST)

Farhan Febrian Adriano¹, Aditya Wardhana²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

farhanfebrianoo@student.telkomuniversity.ac.id¹, adityawardhana@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan pada PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST), bagaimana kepuasan konsumen pada PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) dan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST). Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 orang responden. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian pada taraf signifikan 5% menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan pada PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) dapat dinyatakan sangat baik, kepuasan konsumen pada PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) dapat dinyatakan tinggi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja dibuktikan dengan nilai (t) sebesar 15,417 dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar (R^2) 75%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This study aims to determine how is the quality of service at PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST), how is customer satisfaction at PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) and the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST). This research is included in the category of causal associative research using quantitative and qualitative approaches. The population in this study is 100 people and sample in this study were 80 respondents. Data were collected by using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple regression. The results of the study at a significant level of 5% indicate that service Quality at PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) can be stated very well, customer satisfaction at PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) can be stated as high and the quality of service has a positive and significant effect on job satisfaction as evidenced by the value (t) of 15,417 with a value of Sig. $0.000 < 0.05$. The contribution of the influence of service quality on customer satisfaction is (R^2) 75%.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu di bidang pengetahuan dan teknologi melahirkan adanya inovasi-inovasi baru dari suatu perusahaan yang dapat ditemukan dalam berbagai produk yang ditawarkan. Namun dalam dunia usaha pasti akan ada persaingan dengan perusahaan lain, persaingan yang dihadapi oleh suatu perusahaan sangatlah kompetitif karena perusahaan yang lainnya juga pasti akan berlomba-lomba untuk menjadi perusahaan yang terbaik dalam menjalankan lingkup bisnisnya. Tindakan para konsumen yang selektif dilakukan demi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Untuk menghadapi konsumen yang selektif, perusahaan harus terus berupaya menarik minat konsumen tidak hanya menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka tetapi juga harus memberikan pelayanan yang terbaik agar mendapatkan kepuasan konsumen terhadap produk barang atau jasa yang ditawarkan dan kepuasan atas pelayanan yang telah diberikan oleh suatu perusahaan.

Menurut Sumartini (2019), kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan dan penilaian. Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan dalam jangka panjang. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi.

Kotler dalam Alma (2007:286), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan.

Menurut Tjiptono (2011), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.

Berdasarkan definisi para ahli diatas, bahwa kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Semakin banyak pesaing maka sebuah perusahaan harus lebih unggul dari para pesaingnya. Semakin ketatnya persaingan berdampak pada peningkatan tuntutan konsumen dalam hal pelayanan. Manusia pada dasarnya menginginkan pemuas kebutuhan dan salah satu hal untuk memuaskan

kebutuhan manusia adalah pelayanan. Mendapatkan pelayanan dengan kualitas terbaik adalah hal yang diinginkan setiap manusia.

Berangkat dari latar belakang tersebut, penulis memilih PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) sebagai objek penelitian.

PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) menyediakan berbagai macam produk *multi segment* yaitu produk untuk otomotif, produk kesehatan, produk kecantikan, produk pertanian dan produk peternakan untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan para konsumen dan PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) terbukti memiliki eksistensi yang baik karena telah menerima berbagai macam penghargaan yang diselenggarakan oleh Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung Award tahun 2020. Semua usaha manajemen diarahkan pada satu tujuan utama yaitu terciptanya kepuasan konsumen.

Konsumen pasti mengharapkan kualitas kinerja suatu perusahaan yang dapat memberikan kepuasan serta menumbuhkan loyalitas pada diri konsumen dengan cara perusahaan perlu memberikan kualitas pelayanan atas suatu produk barang dan jasa yang ditawarkan agar dapat membuat konsumen tertarik. Namun hal ini perlu dibuktikan secara mendalam menggunakan metode yang lebih kompleks agar hasilnya bisa lebih tepat. Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA ECO RACING PADA PERUSAHAAN PT. BANDUNG ECO SINERGI TEKNOLOGI (BEST)”**.

2. KAJIAN LITERATUR, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kepuasan Kerja

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Jadi dapat diambil bahwa segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan harus sesuai dengan ekspektasi serta meningkatkan keunggulan suatu pelayanan untuk memenuhi keinginan dan harapan serta kepuasan konsumen. Arti *service* (pelayanan) adalah suatu proses jasa yang dihasilkan dari empat proses input, yaitu: *people processing (consumer), possession processing, mental stimulus processing, and information processing*. Sebagai suatu sistem, bisnis jasa merupakan kombinasi antara *service operating system, service delivery system* dan *service marketing system*, yang mana pemasaran jasa lebih menekankan pada *service delivery system* yaitu bagaimana suatu perusahaan

menyampaikan jasa kepada konsumen. Menurut **(Tjiptono, 2011:59) dalam Moha dan Loindong, 2016)**, menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Jadi dapat diambil kesimpulan segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan harus sesuai dengan ekspektasi serta meningkatkan keunggulan suatu pelayanan untuk memenuhi keinginan dan harapan serta kepuasan konsumen.

2.2 Kepuasan Kerja

Kepuasan konsumen merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan konsumen adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan para konsumen, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Menurut **Richard Oliver (dalam Zeithaml., dkk 2018)**, kepuasan konsumen adalah respon pemenuhan dari konsumen terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Sedangkan menurut **Pasuraman., dkk dalam Firmansyah (2018)**, kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen terhadap jenis pelayanan yang didapatkannya. Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa penilaian konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan didasarkan pada adanya perbedaan sekumpulan atribut yang terdapat dalam suatu produk atau jasa yang ideal dengan apa yang ada secara sebenarnya dalam produk atau jasa tersebut. Jika sesuatu yang ideal menurut konsumen sama dengan apa yang bersangkutan akan mendapatkan kepuasan. Jika terdapat perbedaan antara yang ideal dengan yang sebenarnya, maka konsumen akan merasa tidak puas. Semakin besar perbedaan maka semakin tidak puas bagi konsumen yang bersangkutan.

KERANGKA PEMIKIRAN

Menurut **Lewis dan Booms (dalam Tjiptono 2017:142)**, kualitas layanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik pada setiap konsumen akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen diperkuat dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh **Shastri dalam jurnal EMBA Vol. 2 No.2 (2015)** yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap,

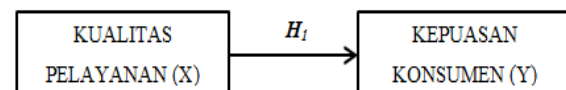
jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh **Ardana dalam Jurnal Ilmiah UB Vol 1, No 02 (2013)** menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya **Fandy Tjiptono (2012:125)**, menyatakan dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen, akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas konsumen yang diukur dalam ukuran apapun. Penelitian ini inkonsistensi dengan hasil penelitian yang dilakukan **Stantia (2018)** bahwa koefisien bernilai negatif antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, hal tersebut berarti jika terjadi hubungan negatif antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dimana semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin berkurang pula kepuasan konsumen.

HIPOTESIS

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran dan hasil kajian empiris diatas, maka penulis mengajukan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST).



Gambar 2.2
Kerangka Hipotesis

3. METODE PENELITIAN

3.1 Populasi

Menurut **Hikmawati (2017:60)**, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari kemudian diambil kesimpulannya. Sedangkan menurut **Indrawati (2015:164)**, populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, benda-benda yang telah menarik penulis untuk ditelaah akan menjadi pembatas dari hasil penelitian yang diperoleh.

Pendapat di atas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) yang berjumlah sebanyak 80 orang.

3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh Bila populasi besar, dan penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penulis dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Penelitian ini menggunakan teknik sampling *Non Probability Sampling* dengan menggunakan *Purposive Sampling*. *Non Probability Sampling* adalah sampling yang tidak memungkinkan anggota dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih sebagai sample atau tidak diketahui apakah mempunyai peluang yang sama atau tidak (Indrawati, 2015:169). Sedangkan *Purposive Sampling* menurut Sugiyono (2018:138), *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

Mengingat jumlah konsumen yang menggunakan Eco Racing terus bertambah dan tidak diketahui jumlah pasti, maka untuk penentuan jumlah sampel digunakan rumus *Slovin*.

Dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 5%, maka probabilitas kuesioner benar (diterima) atau ditolak masing-masing adalah 0,05. Berdasarkan hasil hitung sampel, diperoleh angka 80 untuk jumlah sampel minimum dan akan digunakan pada penelitian yang akan dilakukan.

Berdasarkan pernyataan diatas maka ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 orang konsumen.

INSTRUMEN PENELITIAN

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu berupa angket atau kuesioner yang dibuat sendiri oleh penulis. Menurut Sugiyono (2014, hlm.92) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Kualitas Pelayanan merupakan variabel independen (X) yang didalamnya terdiri dari Reliabilitas (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangibles*)

Kepuasan Konsumen merupakan variabel dependen (Y) yang didalamnya terdiri dari Konfirmasi Harapan, Minat Pembelian Ulang, Kesiediaan Merekomendasikan, Kepuasan pada Layanan Agen atau Konsumen.

LOKASI DAN OBJEK PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di perusahaan PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) yang bertempat di Grand Surapati Core Blok. B 9-11, Jalan

PHH. Mustofa No.39, 40192, Bandung, Jawa Barat. Peneliti memilih melakukan penelitian di PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) karena perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan langsung yang memasarkan berbagai produk kebutuhan masyarakat dan pasti ada kaitannya antara kualitas pelayanan yang diberikan dengan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah para pelanggan aktif yang telah bergabung dalam perusahaan PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) sebagai pengguna Eco Racing di kota Bandung.

TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam penelitian ini penulis menggunakan 2 (dua) cara jenis teknik pengumpulan data diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Pada penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data primer dan data sekunder. Dimana data primer yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2017:42), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:137), data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung, memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan berupa sejarah perusahaan, struktur organisasi, ruang lingkup perusahaan, buku, literatur, artikel, serta situs di internet. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui buku referensi, studi *literature*, jurnal Nasional dan Internasional, artikel berita, media informasi lain serta penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan topik penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Data yang diambil adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survey dengan kuesioner yaitu memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Tipe skala pengukuran data yang digunakan yaitu Skala Ordinal dengan Skala Likert 1 sampai 5 dengan bobot sebagai berikut: sangat tidak setuju diberi bobot 1, tidak setuju diberi bobot 2, netral diberi bobot 3, setuju diberi bobot 4, sangat setuju diberi bobot 5. *Skala Likert dalam Sugiyono, (2014:108).*

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan konsumen pada perusahaan PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) sebagai responden. Dari 80 kuesioner yang di sebar, semuanya kembali, dan hasilnya adalah sebagai berikut ini:

4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

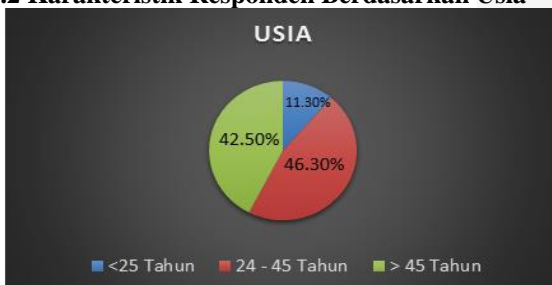


Gambar 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

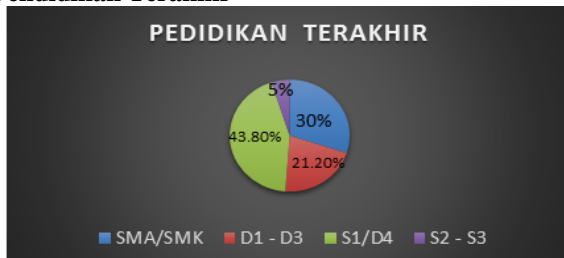


Gambar 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

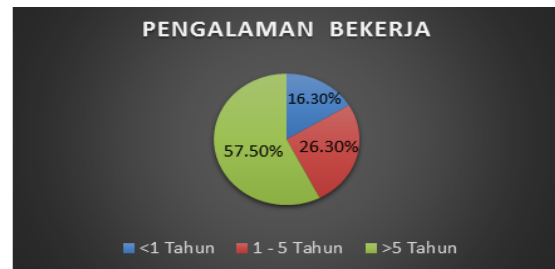


Gambar 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Bekerja



Gambar 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Bekerja

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan secara sistematis dan faktual karakteristik responden penelitian. Pada beberapa Gambar diatas menunjukkan karakter dari responden yang terdiri atas jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pengalaman bekerja, Responden yang paling banyak ditemui saat penelitian dilakukan ialah dengan usia pada rentang 24 - 45 tahun, jenis kelamin responden perempuan mendominasi dalam responden peneliti, tingkat pendidikan terakhir responden yang mendominasi adalah S1/D4, frekuensi lama bekerja responden rata-rata adalah > 5 tahun.

Tabel I

Hasil Analisis Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.856	2.616		.327	.744
Kualitas Pelayanan	.873	.057	.868	15.417	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil olahan data, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = 0,856 + 0,873 X$. Interpretasi dari hasil tersebut adalah nilai konsistensi Y yaitu 0,856 jika X tetap (nilainya tidak berubah). Kualitas Pelayanan menunjukkan hasil 0,873 yang berarti jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 0,873.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna Eco Racing pada perusahaan PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi

(BEST), serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna Eco Racing pada perusahaan PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST). Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan pada PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) dapat dinyatakan sangat baik. Penilaian tertinggi terdapat pada pernyataan karyawan PT. BEST selalu memberikan sikap ramah dan sopan terhadap konsumen yang datang ke kantor pusat. Maka, dapat dikatakan bahwa para konsumen atau mitra merasa sudah puas dalam menerima pelayanan dari karyawan perusahaan PT. BEST, selain itu kebutuhan para konsumen atau mitra untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik juga sudah terpenuhi. Kualitas pelayanan yang sudah baik diharapkan dapat mendukung berjalannya suatu proses bisnis, serta diharapkan dapat mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan untuk penilaian terendah terdapat pada pernyataan produk Eco Racing memiliki kemasan dan desain produk yang menarik perhatian dan sangat praktis untuk dibawa kemana saja.
2. Kepuasan konsumen pengguna Eco Racing pada perusahaan PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) dapat dinyatakan tinggi. Penilaian tertinggi terdapat pada pernyataan saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh seluruh pihak PT.BEST. Dapat dikatakan bahwa perusahaan sadar akan kewajibannya untuk memperhatikan dan memenuhi hak konsumen dalam mendapatkan pelayanan yang terbaik. Dengan perusahaan menjamin dalam memberikan kualitas yang terbaik untuk konsumen dan mitra diharapkan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan mitra. Sedangkan penilaian terendah terdapat pada pernyataan saya merasakan manfaat produk serta bersedia untuk merekomendasikan produk Eco Racing kepada kerabat atau keluarga.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t sebesar 15,417 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Kualitas pelayanan PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST)

memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 75% dan sisanya sebesar 25% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, dalam upaya terus memberikan kualitas pelayanan demi kepuasan konsumen, hendaknya lebih memperhatikan kemasan dan desain produk agar terlihat lebih menarik perhatian dan praktis untuk dibawa kemana saja, karena jika konsumen telah terpenuhi semua harapannya akan kemasan dan desain produk yang lebih menarik, serta dapat lebih menjelaskan mengenai manfaat produk kepada konsumen, maka dengan begitu konsumen akan loyal terhadap perusahaan atau tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi.
2. Untuk penulis selanjutnya, diharapkan mampu untuk memberikan masukan kepada perusahaan terkait apa yang menjadi kelemahan atau kekurangan pada PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) seperti kemasan produk dapat dibuat lebih menarik agar mampu membuat pengguna produk Eco Racing menjadi loyal. Diharapkan penulis selanjutnya dapat membuat penelitian dengan variabel yang lebih banyak.

REFERENSI

- Adriano, N.R. (2018). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Departemen Program Airbus Helicopters Komponen PT. Dirgantara Indonesia (Persero)*. Skripsi pada Universitas Telkom. Bandung.
- Alma, Buchari (2014). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alabboodi, Anas Salman (2019). *The effect of customer satisfaction on service quality: The case of Iraqi banks*. *International Journal of Applied Research*.
- Apriansyah, Roky (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT.Prioritas Rengat", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Aryani, Dwi., Febrina Rosinta (2010). "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas

- Pelanggan*”, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*.
- Barata, Atep Adya (2004). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Billy, B.M.Z. (2021). *Pengembangan Aplikasi Terminal Berbasis Website Di Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat Dengan Framework Laravel Dan Metode Waterfall*. Skripsi Pada Universitas Telkom. Bandung.
- Daga, Rosnaini. Citra (2017), *Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting Institute.
- Driantama, K.D. (2018). *Analisis Penilaian Kinerja Yang Efektif Bagi Karyawan Support Segmen Military & Police Services PT. Telkom Indonesia*. Skripsi Pada Universitas Telkom. Bandung.
- Fahmi, Irham. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*. Cetakan Kesatu. Bandung: CV Alfabeta.
- Febriani, Rezki (2017). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar Di Kota Makassar (Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam).” Makassar: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Gaol, C. J. (2014). *A to Z Human Capital - Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi Mengelola Karyawan*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Hamdani, N.A & Zaman, M.A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Express Jakarta*. Jurnal Pada Universitas Garut. Garut.
- Indrajaya, D. (2018). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index*.
- Khotimah, K., Jalari, M. (2021). *Menguji Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Sukoharjo*.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller (2009). *Marketing Management Thirteenth Edition*, terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip (2003). *Marketing Insights From A to Z 80 Concepts Every Manager Needs To Know*, terj. Anies Lastiati. Jakarta : Erlangga.
- Kusmiati, Siti (2015). “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Koperasi “Koppi Maniez” Pondok Apartment. Jurnal Pada Politeknik Pos Indonesia. Bandung. Vol.9 No.2 Tahun 2019.
- Pesantren Nurul Ummah Putri Yogyakarta).” Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Muttaqin, Ivan (2013). “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Jasaraharja Putera Semarang.” Semarang: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- Panjaitan,Januar Efendi. (2016), Ai Lili Yulianti. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung.” *Jurnal Manajemen*.
- Pratama, Kevin Aditya (2018). “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo.” Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi.
- Priyatno, Duwi (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media. 2016 Produk, Katalog. Referensi Utama Produk Halal Dunia. Jakarta: PT.HPAI.
- Rasmikayati, E., Saefudin, B.R., Karyani, T., Kusno, K. (2020). *Analisis Faktor Tingkat Kepuasan Ditinjau Dari Kualitas Dan Pelayanan Pada Konsumen Sayuran Organik Di Lotte Mart Kota Bandung*. Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan. Agribisnis.Bandung.
- Rahmayanty, Nina (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rangkuti, Freddy (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: Kompas Gramedia Building.
- Ratminto, Atik Septi Winarsih (2010). *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter Dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Reni, Dewi., Sri Asmawati (2016). “Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kepuasan Nasabah”, *Islaminomic*.
- Rohman, Abdur (2017). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam.” Jakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
- Saptari, M.A & Asbar, Y. (2017). *Analisa Dalam Mengukur Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. PIECES. Jurnal Visioner & Strategis. Aceh. Vol.6 No.2 Tahun 2017.
- Saputra, S & Sudarsa, R.Y. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel & Sianturi, L.R & Kusmiati, (2021). Pengaruh Pemberian Reinforcement Terhadap Motivasi Belajar Taruna Poltekup*. Jurnal pada Politeknik

- Ilmu Pemasaran. Volume 4 Nomor 2 Tahun 2021.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (2006). *Manajemen Jasa*. Edisi IV. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (2000). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandi (2011). Gregorius Chandra. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi III. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (2017). Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategik - Mengupas Pemasaran Strategic, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-Marketing*. Edisi III. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Teresia (2018). “ *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Industry Salon Di Area Tajem Yogyakarta)*.” Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi.
- Vidyasari, V. (2020). *Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Dari Karyawan Terhadap Turnover Intention Karyawan*. Skripsi Pada Universitas Widyatama. Bandung.
- Putri. A.A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Carousell*. Skripsi pada Universitas Telkom. Bandung.
- Profile Perusahaan, best-world.id. Diakses pada 22 Oktober 2021. Pukul 12:22.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.