

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini peneliti akan memberikan penjelasan mengenai kesimpulan dan juga implikasi manajerial yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh Bengkel Agung Motor Purworejo agar dapat terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dalam bab ini akan menjelaskan penjelasan mengenai penelitian yang telah dilakukan. Dan selain itu akan menjelaskan keterbatasan penelitian pada penelitian ini dan juga saran untuk penelitian yang akan dilakukan di masa depan dengan variabel yang sama atau hampir sama.

5.1 Kesimpulan

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai topik yang diangkat sebagai judul dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Agung Motor Purworejo. Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi deskriptif profil yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti merangkum kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang telah dilakukan oleh penulis, dapat diketahui bahwa responden pada penelitian ini terkumpul sebanyak 181 responden yang mayoritas merupakan laki- laki sebanyak 150 responden (82,9%) dan 31 responden perempuan (17,1%).
2. usia mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden dengan usia 20- 30 tahun sebanyak 81 orang (45%) dan usia responden kedua terbanyak adalah responden yang berusia >40 tahun sebanyak 54 orang (30%).
3. Pendapatan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki pendapatan Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000 dengan jumlah responden sebanyak 79 orang (43,6%).

4. Mayoritas manfaat kendaraan mobil responden dalam penelitian ini digunakan sebagai perdagangan dengan jumlah responden 79 orang (43,6%) dan transportasi sebanyak 60 orang (33,1%).
5. Mayoritas kendaraan responden dalam penelitian ini adalah kendaraan mobil pick up (Futura, T120SS, L300) sebanyak 82 responden (45,3%).
6. Mayoritas Pengeluaran biaya service yang dilakukan responden dalam sekali service di bengkel dengan biaya Rp 600.000 – Rp 1.000.000 dengan jumlah responden sebanyak 108 orang (59,7%).
7. Mayoritas pelayanan jasa yang digunakan oleh responden saat melakukan pemenuhan kebutuhan responden adalah ganti oli mesin, oli rem, dan oli power steering atau service ringan dengan sebanyak responden 79 orang (43,6%).
8. Mayoritas responden memilih pelayanan jasa di Bengkel Agung Motor Purworejo karena harga yang jauh lebih murah dengan jumlah responden sebanyak 84 orang (46,4%).

Pada bagian selanjutnya, berdasarkan pada analisis dan hasil uji yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya yaitu Bab IV, peneliti akan merangkum kesimpulan bahwa:

- a. Hipotesis 1 (H1) “berhasil” memberikan pengaruh signifikan positif dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan tentu juga terus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan pada saat melakukan pemenuhan kebutuhannya. Menjaga kualitas pelayanan maka juga akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada hasil akhirnya. Dengan demikian maka pihak penyedia layanan jasa harus terus menjaga serta meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan untuk para pelanggan atau konsumen.
- b. Hipotesis 2 (H2) “berhasil” memberikan hasil signifikan positif dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang sudah merasa puas atas apa yang mereka dapatkan dari sebuah produk atau

layanan jasa maka akan secara tidak langsung mempengaruhi sikap loyalitas mereka. Harapan atau ekspektasi sebelum menggunakan sebuah produk atau layanan dengan sesudah menggunakan berhasil tercapai atau bahkan melebihi harapan pelanggan tersebut. Dengan menjaga kepuasan pelanggan maka akan dapat terus meningkatkan sikap loyal dari setiap pelanggan yang dimiliki. Pihak yang memberikan layanan jasa juga harus terus memberikan perhatian terhadap kepuasan pelanggan agar dapat terus mendapatkan pelanggan yang loyal.

- c. Hipotesis 3 (H3) “berhasil” memberikan pengaruh signifikan positif dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Konsumen atau pelanggan yang mendapatkan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai harapan maka akan tinggi sikap loyalitas mereka terhadap suatu produk atau jasa. Mereka merasa dengan membeli produk atau layanan jasa di suatu tempat sudah dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Secara tidak langsung akan memberikan dampak sikap loyal dan akan terus melakukan pembelian secara berulang dari waktu ke waktu. Penting bagi pihak penyedia layanan jasa untuk dapat menjaga kualitas pelayanan yang diberikan untuk setiap pelanggan, karena juga akan meningkatkan sikap loyal dari setiap pelanggan mereka.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dengan ini penulis berharap agar penelitian yang telah dilakukan ini dapat memberikan manfaat dan dapat digunakan sebagai sarana bagi pemilik agar dapat untuk terus menjaga dan meningkatkan Kualitas Pelayanan dalam hal jasa dan Kepuasan Pelanggan agar dapat terus menjaga dan meningkatkan Loyalitas Pelanggan Bengkel Agung Motor Purworejo. Berikut implikasi manajerial dalam penelitian ini:

1. Kualitas pelayanan memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan, maka kualitas pelayanan jasa di Bengkel Mobil Agung Motor tentunya harus selalu dijaga dan ditingkatkan. Pelanggan atau konsumen tentu akan sangat memperhatikan kualitas pelayanan jasa yang diberikan, dengan kualitas pelayanan jasa yang maksimal dan baik maka akan memberikan pengalaman yang positif terhadap pelanggan. Bengkel Mobil Agung Motor tentunya harus dapat menjaga dan meningkatkan agar pemberian kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat tersampaikan dengan baik dan juga memberikan pengalaman yang baik terhadap pelanggan. Dengan memberikan kualitas pelayanan jasa yang baik akan dapat memberikan dampak terhadap kepuasan konsumen akan pelayanan jasa yang diberikan oleh Bengkel Mobil Agung Motor Purworejo. Pelanggan yang merasakan puas akan sebuah layanan jasa maka mereka akan terus menggunakan layanan jasa tersebut. Maka bengkel harus selalu memperhatikan dan melihat proses penyaluran layanan jasa yang diberikan kepada pelanggan.
2. Kepuasan pelanggan memberikan dampak yang positif terhadap loyalitas pelanggan, dengan memberikan atau menciptakan kepuasan pelanggan maka pelanggan akan terus menggunakan layanan jasa yang diberikan oleh Bengkel Mobil Agung Motor. Disini pihak bengkel terus harus selalu memperhatikan kepuasan pelanggan tersebut, memperbaiki hal-hal yang dirasa dapat menurunkan kepuasan pelanggan. Dengan memberikan kepuasan pelanggan maka pelanggan tersebut akan secara tidak sadar menciptakan rasa loyalitas. Dengan adanya loyalitas sendiri maka pelanggan akan terus menggunakan layanan jasa yang diberikan atau ditawarkan oleh Bengkel Mobil Agung Motor Purworejo.

3. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik dan maksimal kepada pelanggan tentu akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan tersebut. Pelanggan yang merasa mendapatkan kualitas pelayanan yang baik dan maksimal maka mereka akan melakukan pembelian ulang atau menggunakan kembali layanan jasa tersebut. Pelanggan tidak perlu lagi mencari Bengkel lain karena sudah mendapatkan kualitas pelayanan jasa yang baik. Maka Bengkel Agung Motor Purworejo harus dapat terus memperhatikan kualitas pelayanan jasa yang diberikan agar dapat terus menjaga sifat loyalitas pelanggan terhadap bengkel mobil.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka terdapat beberapa keterbatasan yang telah dirangkum sebagai berikut ini:

1. Penelitian ini hanya berfokus kepada *owner* atau pemilik mobil saja, sehingga ada kemungkinan temuan yang berbeda jika dimana responden yang dapat diteliti semua pengguna kendaraan mobil di Bengkel Agung Motor Purworejo.
2. Adanya beberapa kendala atau keterbatasan lainnya dimana responden ada yang sedikit sulit untuk mengakses kuesioner online melalui *google form* karena alasan kurang mengerti teknologi.
3. Pada bagian pertanyaan filter kuesioner mengenai pendapatan masih kurang pilihan, karena adanya beberapa pendapatan yang tidak tergolong diatas ataupun dibawah pilihan dari kuesioner.
4. Pada hipotesis 1 dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, seharusnya menggunakan analisis regresi sederhana mungkin akan menghasilkan nilai yang berbeda.

5.4 Saran Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel independen lainnya seperti harga, kepercayaan, dan *brand image* atau bahkan juga dapat menambahkan variabel mediasi untuk penelitian selanjutnya.
2. Penelitian selanjutnya bisa dilakukan dengan meneliti di daerah perkotaan karena adanya kemungkinan hasil yang berbeda dengan penelitian ini.
3. Penelitian selanjutnya dapat melakukan mediasi dengan variabel kualitas pelayanan dibagi menjadi lima dimensi (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*)
4. Pada bagian pertanyaan filter mengenai pendapatan dari kosumen mungkin seharusnya diberikan beberapa pilihan yang dapat mencakup atau menjelaskan lebih detail mengenai pendapatan dari kosumen sendiri.

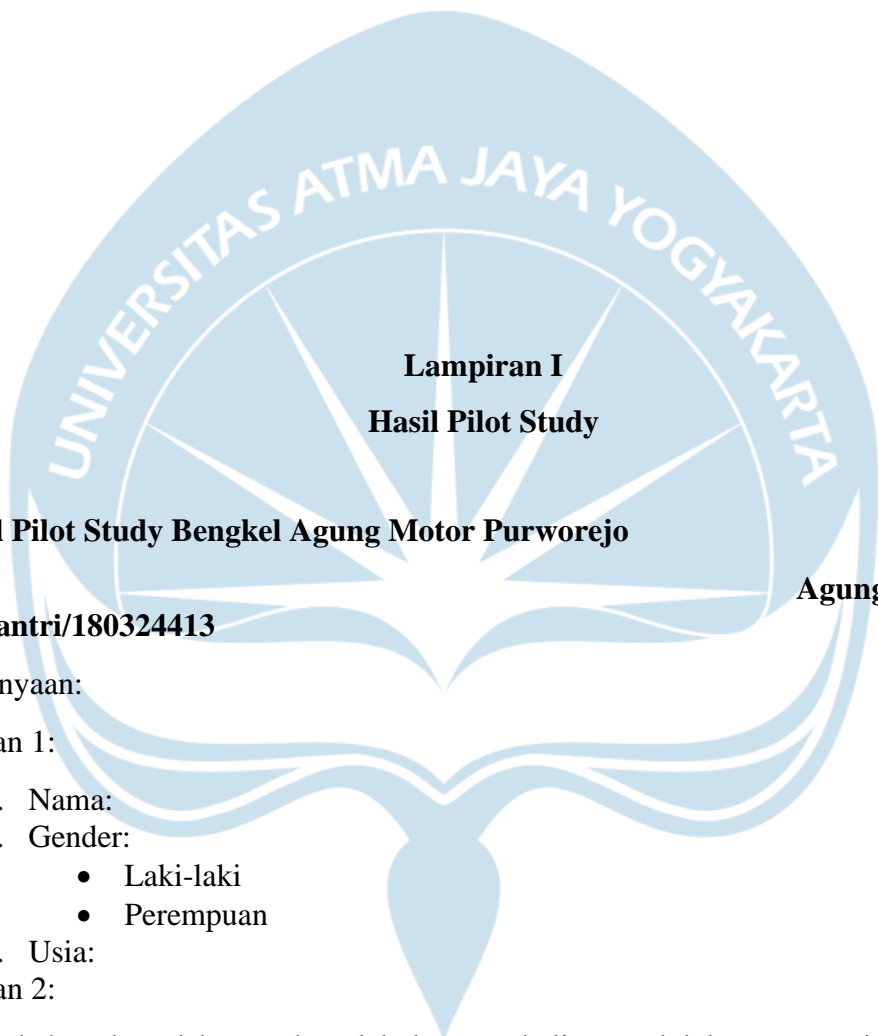


DAFTAR PUSTAKA

- Amir. (2012). *Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Memperhatikan Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Lautan Teduh Cabang Bandar Sribahwono.*
- Balinado, J. R., Prasetyo, Y. T., Young, M. N., Persada, S. F., Miraja, B. A., & Perwira Redi, A. A. N. (2021). The effect of service quality on customer satisfaction in an automotive after-sales service. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2). <https://doi.org/10.3390/joitmc7020116>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variabel Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Consideration . *Journal of Personality and Social Psychology* , 6, 1173–1182.
- Crosbie, T. , & Moore, J. (2004). *Work life Balance and Working from Home.*
- Darmawan A. (2019). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BENGKEL RESMI PERINTIS PERKASA MEDAN.*
- Djurwati, S. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty pada CV Sarana Marine Fiberglass. *Journal EMBA*, 7(1).
- Donni Juni Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (pada era media sosial).* CV Pustaka Setia.
- Dwi, B., Srikandi, K., & Kadarisman Hidayat, K. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk-Daihatsu Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol (Vol. 36, Issue 1).*

- Famiyeh, S., Kwarteng, A., & Asante-Darko, D. (2018a). Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile maintenance services: Evidence from a developing country. *Journal of Quality in Maintenance Engineering*, 24(3), 262–279.
<https://doi.org/10.1108/JQME-10-2016-0056>
- Famiyeh, S., Kwarteng, A., & Asante-Darko, D. (2018b). Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile maintenance services: Evidence from a developing country. *Journal of Quality in Maintenance Engineering*, 24(3), 262–279.
<https://doi.org/10.1108/JQME-10-2016-0056>
- Fikri, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Hartanto, A., & Andreani, F. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN LINGKUNGAN FISIK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI DE MANDAILING CAFE SURABAYA (Vol. 7, Issue 1).
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Hutasoit. (2011). *Pelayanan Publik Teori dan Aplikasi*. MAGNA Script.
- Indriantoro, N. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akutansi & Manajemen*. BPFE.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Narimawati. (2010). *Metodologi Penelitian: Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*. Genesis.
- Nasution. (2010). *Berbagai Pendekatan Dalam Proses Belajar dan Mengajar*. Bumi Aksara.
- Oliver, J. (2019). Journal of Chemical Information and Modeling. *Journal Od Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Robby. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal Ekonomi Teknologi*, 6(2:1-11).

- Sediawan, R. (2015). *Analisis Dalam Menciptakan Kualitas Pelayanan Untuk Mengarah Pada Kepuasan Konsumen* .
- Sekaran. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat .
- Setyabudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima* . Gava Media.S.
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). KUALITAS PELAYANAN BERPENGARUH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p16>
- Sugeng. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Bagian Pelayanan Pembuatan Kartu Tanda Penduduk Elektronik (E-Ktp) pada Kantor Kelurahan Duren Sawit Jakarta Timur*.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Alfabeta, CV.
- Sutojo. (2015). *Good Corporate Governance*. PT. Damar Mulia Pustaka.
- Suwarma. (2015). *Dasar Penelitian Kuantitatif* . Gelar Potensi Mandiri .
- Thung, F. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MITRA GO-JEK TERHADAP*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset .
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi .
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Andi offset.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis* . Rajawali.
- Zeithaml, V. A. (2018). *Service Quality Dimensions Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm* (7th ed.). MC Graw Hill Education .



Lampiran I
Hasil Pilot Study

Hasil Pilot Study Bengkel Agung Motor Purworejo

Agung

Sumantri/180324413

Pertanyaan:

Bagian 1:

1. Nama:
2. Gender:
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia:

Bagian 2:

1. Apakah anda sudah pernah melakukan pembelian produk barang atau jasa di bengkel?

- Ya
- Tidak

2. Berapa kali dalam sebulan anda melakukan service di bengkel?

- 1-2 kali
- 3-4 kali
- >4 kali

3. Kapan anda terakhir menggunakan jasa layanan di bengkel?

- _____

4. Jika ada kerusakan atau service lebih memilih layanan jasa di bengkel atau di dealer resmi?

- Bengkel
- Bengkel resmi

5. Kerusakan seperti apa sehingga memilih layanan jasa di bengkel?

- _____

6. Apakah harga mempengaruhi keputusan pemilihan layanan?

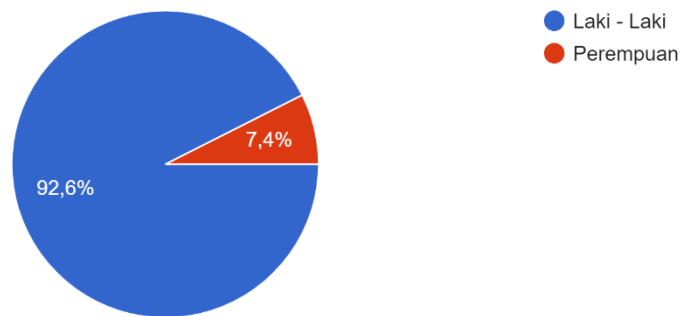
- Ya
- Tidak

7. Apakah jarak mempengaruhi dalam memilih layanan jasa (tempat service)?

- Ya
- Tidak

Jawaban dari 94 Responden

Gender
94 jawaban

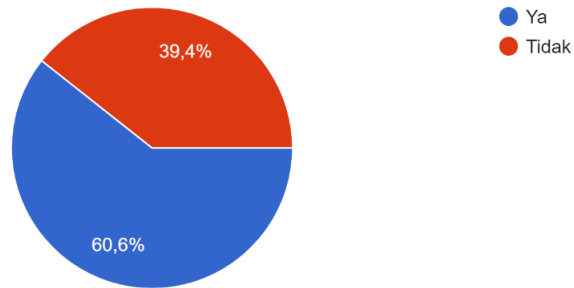


Dari sebanyak 94 responden pilot study sebanyak 90 responden laki-laki dan 4 responden lainnya adalah perempuan.

Pertanyaan 1:

Apakah anda sudah pernah melakukan pembelian produk barang atau jasa di bengkel?

94 jawaban

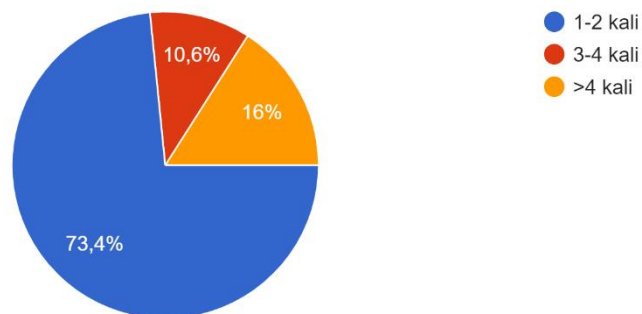


Dari sebanyak 94 responden hampir 60,6% sudah pernah melakukan pembelian produk barang dan jasa di bengkel. Sebanyak 56 responden sudah pernah melakukan pembelian produk atau jasa di bengkel.

Pertanyaan 2:

Berapa kali dalam sebulan anda melakukan service di bengkel?

94 jawaban



Sebanyak 59 responden melakukan service rutin ke bengkel sebanyak 1-2 kali dalam sebulan, dan untuk lebih dari 4 kali dalam sebulan sebanyak 15 responden.

Pertanyaan 3:

Kapan anda terakhir kali menggunakan jasa layanan di bengkel?

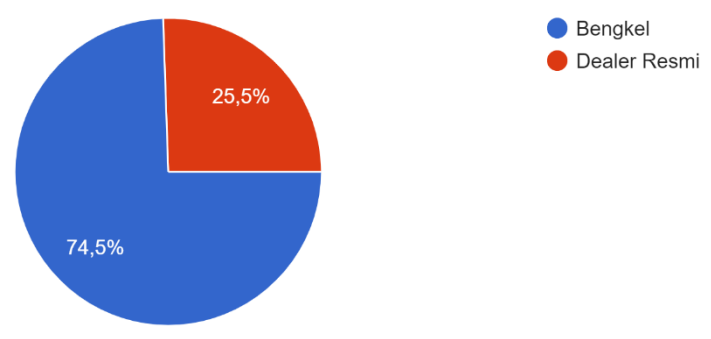
- Belum pernah
- Tidak pernah
- Bulan lalu
- 1 bulan yang lalu
- Kemarin
- Bulan ini
- 1bulan yang lalu
- Belom pernah
- 1 bulan yg lalu
- Minggu lalu
- 2 bulan yang lalu
- 1 minggu lalu
- Belum pernah
- 5 bulan yang lalu
- Dua hari yg lalu
- Sudah lama
- 5 hari yang lalu
- February 2021
- Satu
- 3 Maret 2022
- February 2022
- 10 Maret 2022
- bulan maret 2022
- 1 Minggu yang lalu
- Bulan Agustus
- Satu bulan yang lalu
- kemarin
- Sebulan yg lalu
- Sebulan yang lalu
- 1 TAHUN YANG LALU
- Sebulan lalu
- BULAN LALU
- SEBULAN YG LALU
- Waktu itu

- Lali hee
- Belum pernah
- belum pernah
- 4 februari
- 3 bulan lalu
- Belum Pernah
- 27 Januari 2022
- Rabu 23 maret 2022
- 2 hari yg lalu
- Tidak pernah
- Lupa
- 3bulan yang lalu
- 23 rabu maret 2022
- 1 bulan
- seminggu lalu
- Kemaren

Berdasarkan jawaban singkat dari para responden, banyak yang memberikan jawaban dominan beberapa hari yang lalu, lalu ada yang sudah sebulan yang lalu, dan ada yang belum pernah melakukan pelayanan jasa di bengkel

Pertanyaan 4:

Jika ada kerusakan atau service lebih memilih layanan jasa di bengkel atau dealer resmi?
94 jawaban



Sebanyak 70 responden memilih pelayanan jasa di bengkel dan 24 lainnya memilih pilihan jasa di bengkel resmi.

Pertanyaan 5: Kerusakan seperti apa sehingga memilih pelayanan jasa di Bengkel?

- Ganti oli
- Menyetel rem
- Kerusakan mesin
- Tidak pernah
- Penggantian oli
- ganti oli
- Kerusakan di dalam mesin
- Ganti oli , Stel rem
- Ban slip
- Ganti oli dan filter, kerusakan ringan lainnya
- Kalo ganti oli motor mending ke bengkel soalnya dekat sama rumah, kalo service rutin ke dealer
- kerusakan yang terjadi pada keadaan darurat
- satu bulan yang lalu
- Mesin
- AC kurang dingin
- ganti aki, ganti oli
- Kerusakan ringan
- Ban bocor
- Rem
- Ganti pedal gigi
- Kerusakan ringan
- Ganti ban dan kampas rem
- Kerusakan Penggantian pada roda, penggantian filter oli, penggantian knalpot dll.
- Kerusakan pada mesin
- Turun mesin
- turun mesin
- Kerusakan yang mengharuskan turun mesin
- Ganti rem,minyak rem,oli
- Pengantian kampas rem,pengantian oli
- PENGGANTIAN REM, OLI DAN KAMPAS REM
- Stater
- Stater

- Kerusakan mesin yg masih bisa di atasi bengkel (kerusakan ringan)
- Kerusakan ringan seperti: ganti oli mesin ganti kampas rem dan lain sebagainya
- Kerusakan mesin yg bisa diatasi bengkel (kerusakan ringan)
- Kerusakan mesin yg masih bisa diatasi bengkel(kerusakan ringan)
- Kerusakan ringan seperti, ganti oli, kampas rem dan lain"
- Kerusakan ringan seperti: ganti oli mesin, ganti kampas rem dan lain sebagainya
- Kerusakan ringan seperti: ganti oli mesin, ganti kampas rem dan lain"
- kerusakan ringan: ganti oli mesin. ganti kampas dan DLL
- Ganti oli, ganti kampas, dan dll
- Kampas rem tipis
- ganti oli mesin
- Kerusakan ringan seperti ganti busi, ban dll
- Ban bocor
- Nyetel Rem
- Ganti kampas rem
- Starter rusak
- Ganti shock
- Mengganti Ban
- Mengganti kampas rem
- Biar tau pengalaman
- Menganti bann
- Ganti oli, ganti ban
- Ganti kampas rem, ganti oli
- Kerusakan sedang
- Mengganti ban
- Stel rem
- Menganti sok
- Ganti ban
- Bonus servis
- Menyetel rem
- ban slip
- Kerusakan seperti klep
- Benefit apa yang anda dapatkan di bengkel yang tidak ada di dealer resmi?

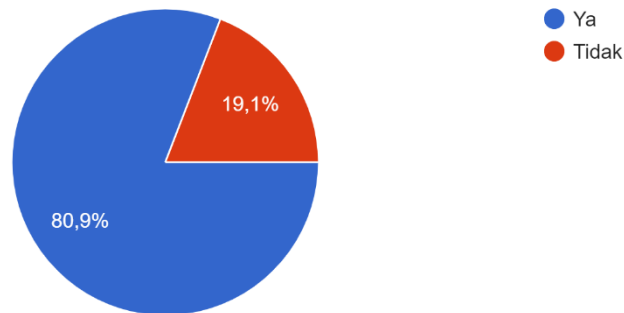
- 94 jawaban
- Jarak lebih dekat
- Bonus servis
- Lebih terjangkau dari jarak dan harga
- Lebih murah
- Harga lebih terjangkau
- harga lebih murah
- Lebih terjangkau dari jarak dan harga
- Jarak lebih dekat
- Bonus service

Pernyataan di atas merupakan jawaban dari responden mengenai kerusakan apa yang dipilih sehingga memilih layanan jasa di bengkel.

Pertanyaan 6:

Apakah harga mempengaruhi keputusan pemilihan layanan?

94 jawaban

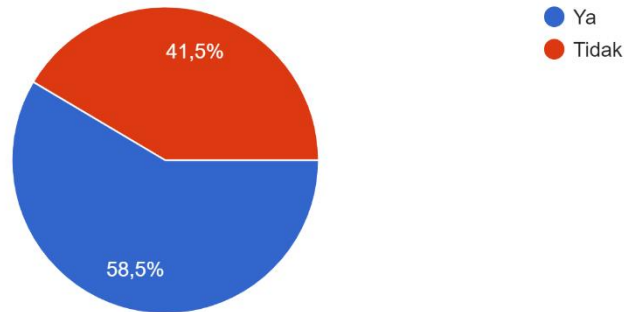


Di dapatkan hasil sebanyak 76 responden memberikan jawaban mereka bahwa harga juga mempengaruhi dalam melakukan pemilihan layanan jasa dalam melakukan service.

Pertanyaan 7:

Apakah jarak mempengaruhi dalam memilih layanan jasa (tempat service)?

94 jawaban



Dari 94 responden, sebanyak 55 responden setuju bahwa adanya jarak mempengaruhi mereka dalam melakukan pemilihan layanan jasa di bengkel.

Lampiran II

Profil Responden dan Pertanyaan Filter

I: Profil Konsumen

Name (Opsional): _____

Gender: _____

Pekerjaan: _____

Age:

- A. 20 - 25 tahun
- B. 26 - 30 tahun
- C. 31 - 35 tahun
- D. 36 - 40 tahun

Pendapatan per bulan:

- A. Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000
- B. Rp. 6.000.000 – Rp. 10.000.000
- C. > Rp. 15.000.000

Apakah anda sudah pernah melakukan pembelian produk atau jasa di bengkel?

- A. Ya

B. Tidak

Berapa kali dalam sebulan anda menggunakan layanan jasa di bengkel?

A. 1-2 kali

B. 3-5 kali

C. > 5 kali

Berapa jumlah kendaraan mobil (armada) yang anda miliki saat ini?

A. 1

B. 2

C. 3

D. > 5

Sector manfaat penggunaan kendaraan mobil yang dimiliki?

A. Pertanian

B. Perdagangan

C. Niaga

D. Transportasi

Jenis mobil dan tipe kendaraan yang anda miliki?

A. Pick up (Futura, T120SS, Carry, L300)

B. Truk (Canter, Ragasa, PS120, Elf, Dutro)

C. Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Rata-rata pengeluaran biaya pelayanan jasa di bengkel pada saat melakukan service?

A. < Rp.500.000

B. Rp. 600.000 – Rp 1.000.000

C. Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000

Pelayanan jasa apa yang anda gunakan pada saat di bengkel?

A. Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering

B. Service kaki-kaki kendaraan (tie rod, ball joint, universal joint)

C. Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)

D. Service kelistrikan kendaraan (sikring, lampu, audio, strum kendaraan)

Mengapa anda lebih memilih pelayanan jasa di bengkel?

A. Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi

B. Lokasi yang lebih dekat dengan rumah

C. Keramahan dan kejujuran staf karyawan bengkel

D. Kualitas yang bagus dan adanya garansi *spare part* dari bengkel

Apakah harga mempengaruhi pembelian pelayanan jasa di bengkel?

A. Ya

B. Tidak

Apakah jarak mempengaruhi pembelian pelayanan jasa di bengkel?

- A. Ya
- B. Tidak

Apakah kualitas pelayanan yang diberikan bengkel berpengaruh terhadap pemilihan pelayanan jasa?

- A. Ya
- B. Tidak

Berapa sering anda menggunakan layanan jasa di bengkel?

- A. 1 kali
- B. 2 kali
- C. 3 kali
- D. > 3 kali

Bagian II:

Keterangan:

1= Sangat Tidak Setuju (STS)

2= Tidak Setuju (TS)

3= Netral (N)

4= Seuju (S)

5= Sangat Setuju (SS)

Bagian III: Pertanyaan tentang variabel penelitian

No	Tangible	ST	TS	N	S	S
		S				S
1	Penampilan karyawan dan montir bengkel yang rapi dan bersih					
2	Fasilitas yang diberikan bengkel cukup lengkap					
3	Peralatan yang digunakan bengkel cukup canggih					
4	Penampilan bengkel service secara keseluruhan (peralatan, perlengkapan, dan ruang kerja)					
5	Penampilan fasilitas secara keseluruhan (aksesibilitas, kebersihan suasana di bengkel)					
	Reliability					
1	Kemudahan dalam mengatur jadwal pelayanan service					
2	Waktu yang dijanjikan dalam penyelesaian pelayanan jasa yang tepat					
3	Kewajaran dalam estimasi biaya sebelum pelayanan jasa service					

4	Rekomendasi yang diberikan kepada kendaraan pelanggan (sesuai sebelum dan sesudah service)					
5	Mengatasi masalah dan permintaan pelanggan					
Responsiveness						
1	Karyawan menanggapi semua pertanyaan yang ditanyakan oleh pelanggan					
2	Karyawan segera mungkin melayani semua pelanggan					
3	Kejelasan mengenai tagihan atau biaya layanan					
4	Kesopanan karyawan dalam menanggapi pelanggan					
5	Ketanggaan karyawan secara keseluruhan terhadap pelanggan					
Assurance						
1	Semua layanan dan permintaan yang dilakukan dijelaskan dan ditunjukkan pada saat pengambilan kendaraan					
2	Segala kekhawatiran dan permintaan pelanggan telah dilakukan					
3	Memberikan garansi atas suku cadang dan perbaikan kendaraan					
4	Menginformasikan pelanggan saat kendaraan mereka sedang di service					
5	Mengembalikan suku cadang bekas ke pelanggan					
Emphaty						
1	Karyawan yang memberikan perhatian kepa pelanggan saat melakukan service kendaraan					
2	Karyawan memahami kebutuhan dari pelanggan					
3	Karyawan membantu semua pelanggan dengan penuh perhatian					
4	Kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan					
5	Menginformasikan bilamana adanya perubahan mengenai harga dan waktu yang diberikan pada saat pelayanan diberikan					
Kepuasan Pelanggan						
1	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan bengkel ini					
2	Saya senang dengan pelayanan yang diberikan oleh bengkel ini					
3	Pelayanan yang diberikan oleh bengkel ini sesuai dengan harapan saya					
4	Saya merasa nyaman atas keramahan dan etika karyawan bengkel ketika melayani pelanggan					
Loyalitas Pelanggan						
1	Saya akan merekomendasikan bengkel ini terhadap orang lain					
2	Jika saya memutuskan lagi, saya akan memilih bengkel ini lagi					
3	Saya ingin menjadi pelanggan setia bengkel ini					
4	Saya akan lebih memilih bengkel ini dibandingkan dengan bengkel lainnya					

LAMPIRAN III

Profiling Responden dan Jawaban Pertanyaan

Gender	Pekerjaan	Usia (hanya angka saja)	Pendapatan rata-rata per bulan	Apakah Anda sudah pernah menggunakan layanan jasa di Bengkel Agung Motor Purworejo?	Sektor manfaat penggunaan kendaraan mobil yang dimiliki?	Jenis mobil dan tipe kendaraan yang Anda miliki?
Laki - Laki	Pedagang	25	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	42	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	48	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	38	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Taksi Online	41	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	51	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Laki - Laki	Wiraswasta	32	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Perempuan	Instansi Pemerintah	49	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Perempuan	Instansi Pemerintah	51	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	52	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Perempuan	Pedagang	32	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Laki - Laki	Wiraswasta	46	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Perempuan	Wiraswasta	42	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	47	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	39	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	29	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	46	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Laki - Laki	Wiraswasta	48	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Perempuan	Wiraswasta	38	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Perempuan	Wiraswasta	44	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Perempuan	Wiraswasta	55	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	51	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Laki - Laki	Pedagang	29	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Tidak	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	31	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Tidak	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Pedagang	37	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Perempuan	Wiraswasta	41	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	46	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	39	> Rp. 15.000.000	Ya	Pertanian	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Perempuan	Wiraswasta	37	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Tidak	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	42	> Rp. 15.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	51	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	41	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	38	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Pedagang	33	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Taksi Online	23	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Taksi Online	28	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	37	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Pedagang	29	> Rp. 15.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Laki - Laki	Instansi Pemerintah	44	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Niaga	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Perempuan	Wiraswasta	44	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	29	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Perempuan	Pedagang	35	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Pedagang	39	> Rp. 15.000.000	Ya	Niaga	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)

Perempuan	Wiraswasta	51	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	47	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Niaga	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Pedagang	33	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	37	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Niaga	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	41	> Rp. 15.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Perempuan	Wiraswasta	38	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Pertanian	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Wiraswasta	52	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	46	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Niaga	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	42	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Pertanian	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Pedagang	27	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Instansi Pemerintah	38	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Taksi Online	31	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	30	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	42	> Rp. 15.000.000	Ya	Pertanian	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	38	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Niaga	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Instansi Pemerintah	30	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Perempuan	Taksi Online	22	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Pedagang	35	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	27	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	20	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Niaga	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Pedagang	43	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	44	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Wiraswasta	42	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Perempuan	Pedagang	34	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Pedagang	28	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Pedagang	19	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	38	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Taksi Online	34	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Pedagang	28	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Taksi Online	19	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Pedagang	42	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Wiraswasta	30	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	45	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Perempuan	Pedagang	28	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	34	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Perempuan	Instansi Pemerintah	20	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	30	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Wiraswasta	35	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	40	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Perempuan	Pedagang	29	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Perempuan	Pedagang	27	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Taksi Online	33	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	32	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	49	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Perempuan	Wiraswasta	25	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Taksi Online	33	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Niaga	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)

Laki - Laki	Pedagang	28	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Wiraswasta	27	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	25	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Niaga	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	48	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	45	> Rp. 15.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Taksi Online	36	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	45	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	24	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	50	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Pedagang	44	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Perempuan	Wiraswasta	28	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	28	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Wiraswasta	30	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Pedagang	45	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Wiraswasta	50	> Rp. 15.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Laki - Laki	Pedagang	55	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	19	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Tidak	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	27	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	33	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Taksi Online	29	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Laki - Laki	Pedagang	56	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	45	> Rp. 15.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Taksi Online	29	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Wiraswasta	18	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	44	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Wiraswasta	49	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Taksi Online	34	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Pedagang	48	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Pedagang	38	> Rp. 15.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	44	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Wiraswasta	53	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	49	> Rp. 15.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Pedagang	49	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Perempuan	Pedagang	44	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	24	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Wiraswasta	35	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	28	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Pedagang	50	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Wiraswasta	55	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	33	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Niaga	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Wiraswasta	46	> Rp. 15.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	35	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	27	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	49	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Taksi Online	30	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Perempuan	Pedagang	37	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Perempuan	Wiraswasta	31	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Pedagang	27	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Perempuan	Pedagang	46	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	48	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)

Laki - Laki	Wiraswasta	25	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Wiraswasta	27	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	49	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	53	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Taksi Online	33	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Laki - Laki	Wiraswasta	46	> Rp. 15.000.000	Ya	Niaga	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	38	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Taksi Online	40	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	45	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	45	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Wiraswasta	48	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Taksi Online	35	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Pedagang	29	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Pedagang	50	> Rp. 15.000.000	Ya	Pertanian	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Perempuan	Wiraswasta	34	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Perempuan	Pedagang	49	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	32	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	30	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	36	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	44	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)

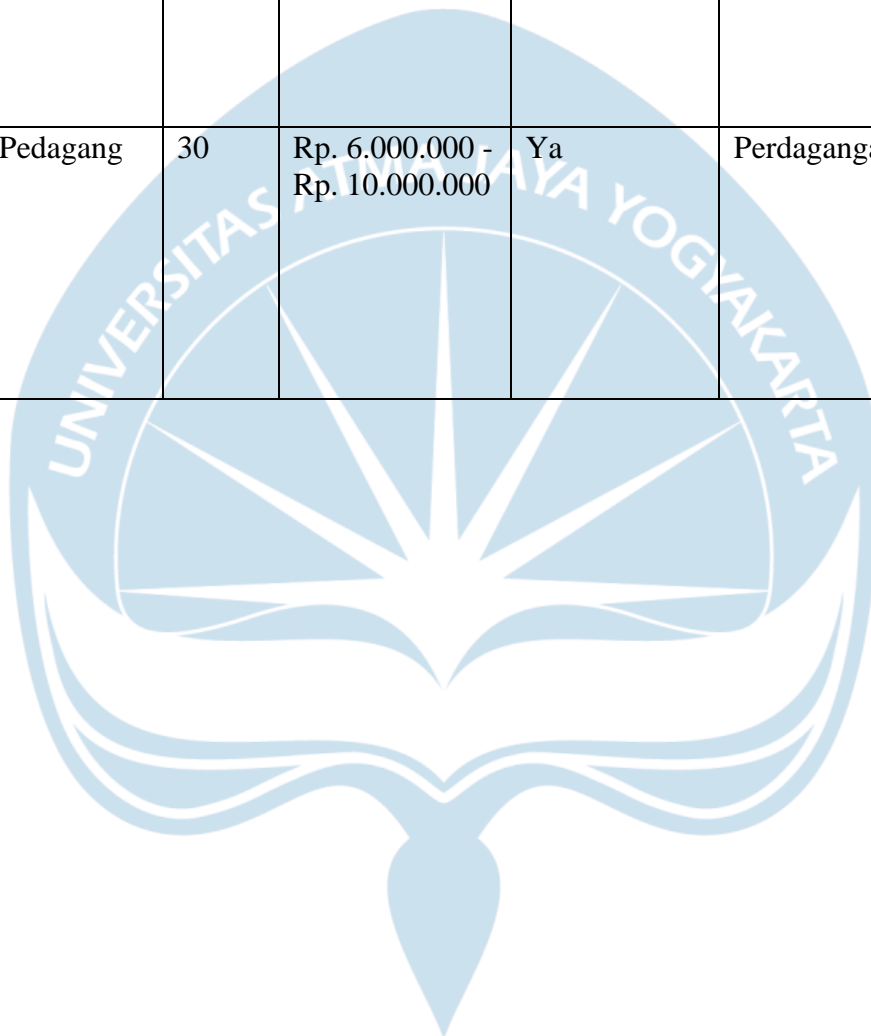
Laki - Laki	Wiraswasta	52	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Niaga	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Taksi Online	36	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Perempuan	Pedagang	37	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	55	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Taksi Online	43	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)

Laki - Laki	Pedagang	51	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Wiraswasta	49	> Rp. 15.000.000	Ya	Niaga	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	47	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	50	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Perempuan	Pedagang	40	> Rp. 15.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)

Laki - Laki	Taksi Online	28	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Pedagang	51	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Pertanian	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Taksi Online	33	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Perempuan	Pedagang	49	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	44	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)

Laki - Laki	Pedagang	38	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Wiraswasta	45	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	50	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Wiraswasta	52	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Ya	Transportasi	Minibus (Avanza, Jazz, Yaris, Pajero)
Laki - Laki	Instansi Pemerintah	44	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Pertanian	Truk (Canter, Ragasa, PS 120, Elf, Dutro)

Perempuan	Pedagang	44	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)
Laki - Laki	Pedagang	30	Rp. 6.000.000 - Rp. 10.000.000	Ya	Perdagangan	Pickup (Futura, T120 SS, Carry, L300)



Rata - rata pengeluaran biaya pelayanan jasa di bengkel pada saat melakukan service?	Pelayanan jasa apa yang Anda gunakan pada saat di bengkel Agung Motor Purworejo?	Mengapa Anda lebih memilih pelayanan jasa di bengkel Agung Motor Purworejo?	Apakah harga mempengaruhi pemilihan pelayanan jasa di bengkel Agung Motor Purworejo?	Apakah jarak mempengaruhi pemilihan pelayanan jasa di bengkel Agung Motor Purworejo?	Apakah kualitas pelayanan yang diberikan bengkel Agung Motor Purworejo berpengaruh	Berapa kali dalam 1 bulan Anda menggunakan layanan jasa di bengkel Agung Motor Purworejo?
--	--	---	--	--	--	---

					terhadap pemilihan pelayanan jasa?	
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Tidak	Ya	Ya	1 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Tidak	Ya	1 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	> 3 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
< Rp. 500.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Tidak	Tidak	Ya	1 kali
< Rp. 500.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	> 3 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Tidak	Tidak	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	1 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	2 kali
< Rp. 500.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	1 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Tidak	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Tidak	2 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	3 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	> 3 kali

Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	3 kali
< Rp. 500.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	2 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali

Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	3 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	2 kali

Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	1 kali
< Rp. 500.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Tidak	Ya	2 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	2 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kelistrikan kendaraan (sikring, lampu, audio, strum kendaraan)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	> 3 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali

Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Tidak	Ya	Ya	> 3 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	2 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	1 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kelistrikan kendaraan (sikring, lampu, audio, strum kendaraan)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Tidak	Ya	Ya	2 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	2 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali
< Rp. 500.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	2 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	3 kali
< Rp. 500.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	> 3 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	2 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali

Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kelistrikan kendaraan (sikring, lampu, audio, strum kendaraan)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	2 kali

< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Tidak	Ya	1 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Tidak	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Tidak	Tidak	Ya	2 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	2 kali
< Rp. 500.000	Service kelistrikan kendaraan (sikring, lampu, audio, strum kendaraan)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Tidak	Ya	2 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	> 3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kelistrikan kendaraan (sikring, lampu, audio, strum kendaraan)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Tidak	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali

Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kelistrikan kendaraan (sikring, lampu, audio, strum kendaraan)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Tidak	Ya	> 3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Tidak	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	> 3 kali

< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Tidak	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	1 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	3 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	2 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Tidak	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	2 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	2 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	2 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	2 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	2 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	3 kali

< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	2 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	1 kali
< Rp. 500.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali

< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	2 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
< Rp. 500.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Tidak	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	1 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	1 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	> 3 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Tidak	Ya	1 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	3 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Tidak	2 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	3 kali

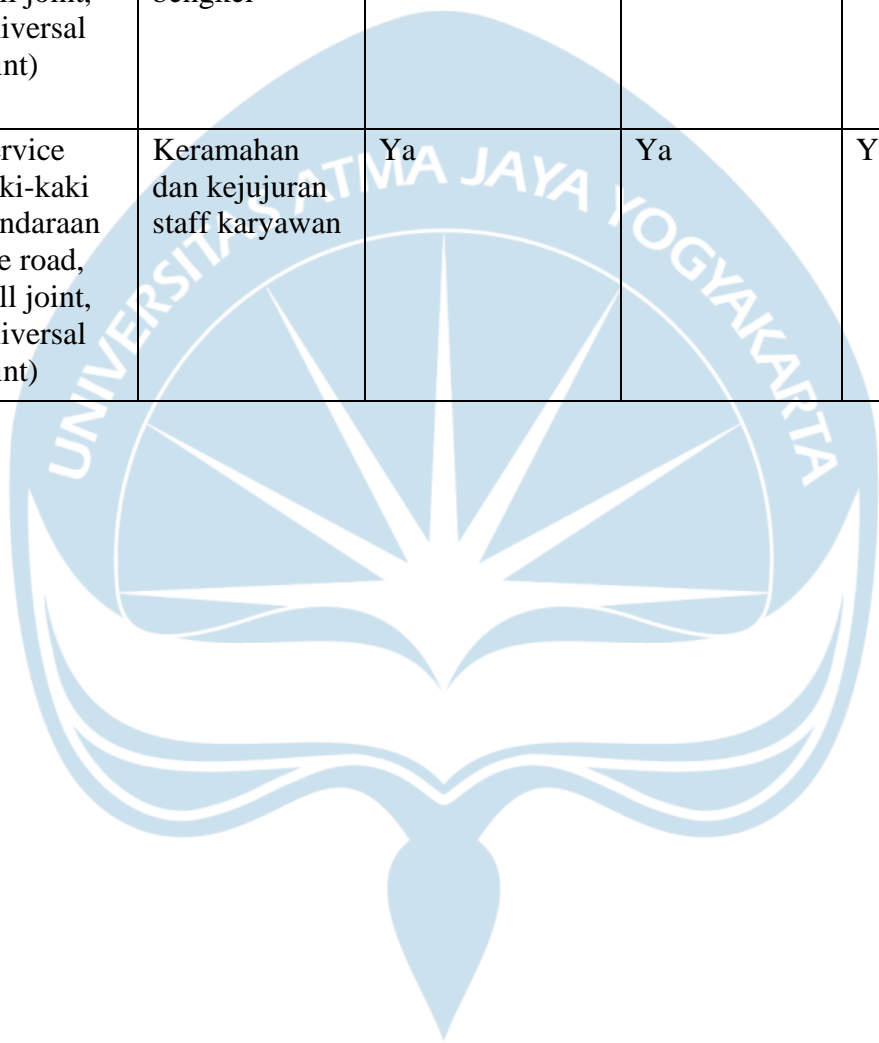
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Tidak	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	> 3 kali

Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	> 3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali

Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
< Rp. 500.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Tidak	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	2 kali

< Rp. 500.000	Service kelistrikan kendaraan (sikring, lampu, audio, strum kendaraan)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	2 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Lokasi yang lebih dekat dengan rumah	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service mesin (tune up, guruh mesin, service injeksi)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Ganti oli mesin, oli rem, oli power steering	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan dealer resmi	Ya	Ya	Ya	3 kali

Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Kualitas yang bagus dan adanya garansi sparepart dari bengkel	Ya	Ya	Ya	> 3 kali
Rp. 600.000 - Rp. 1.000.000	Service kaki-kaki kendaraan (tie road, ball joint, universal joint)	Keramahan dan kejujuran staff karyawan	Ya	Ya	Ya	3 kali



LAMPIRAN IV

DATA PENELITIAN

Data variabel X1-X10

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
4	5	4	4	5	4	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	5	4	5	5
5	4	5	5	4	4	4	5	5	4
4	4	4	3	5	3	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
4	5	4	4	4	4	3	4	5	4
4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	4	3	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
3	4	4	4	5	5	5	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	3	4	3	4	5	4	3	5
4	2	4	5	4	2	1	4	5	4
5	5	5	4	4	4	5	3	4	3
4	5	3	5	4	4	5	5	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
5	4	4	4	5	3	4	3	4	5
5	4	4	4	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	3	4	4	5	4	4	3
4	5	5	5	4	3	4	4	5	4
4	4	3	4	2	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	5	5	4	3	4
5	4	5	4	4	4	4	5	5	3
4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	4	3
5	4	4	3	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4

5	5	5	5	3	5	5	5	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	5	3	5	4	3	4
5	5	5	4	4	3	4	4	5	4
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4
5	5	5	3	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	3	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	2	5	5	5	4	4	3	5
3	3	3	4	4	5	4	4	4	5
4	4	5	5	5	3	4	4	4	5
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
4	5	5	4	5	4	3	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	5	4	4	4	4	5	5
5	4	5	5	5	4	4	5	3	4
5	4	4	4	5	3	5	5	4	5
5	4	4	4	5	3	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	3	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	4	5	4	4	4	5	3
4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	2
5	4	4	4	5	5	5	3	4	4
3	4	3	4	5	5	5	4	3	3
4	5	3	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	5	5	4	3	5	5	4
4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	5	5	4	3	3	3	5
4	4	4	5	5	5	5	3	5	4
3	4	3	4	5	5	4	5	5	4
4	4	5	5	4	4	5	5	4	3
5	5	4	3	4	4	5	5	5	4
5	5	4	3	3	3	4	4	4	5
5	5	4	5	5	4	4	4	5	4
3	5	5	4	5	4	3	5	4	4
4	5	4	5	4	5	4	4	3	4

4	4	3	5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	5	4	4	3	5	5	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	5	4	4	5	4
4	4	3	4	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	3	4	4	3	3
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	5	5	4	3	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
4	5	5	5	4	4	5	5	5	4
3	3	4	4	5	4	5	5	4	4
5	4	4	3	4	5	5	3	4	4
4	5	4	4	4	5	5	4	3	4
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
3	4	3	4	4	5	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
3	4	4	5	4	4	4	5	4	5
4	4	5	5	5	4	4	3	4	4
4	5	4	4	4	3	4	5	4	4
3	4	4	4	5	4	4	4	5	5
3	4	5	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4	4	5
5	5	4	5	5	5	4	4	4	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	5	5	4	3	3
4	4	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5

5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	5	4	3	4	5	4	5	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	5	5	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	3	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4
5	4	5	4	4	5	5	4	4	5
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	4	4	5	5	4	5	4
5	4	2	3	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
3	4	5	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4
3	4	5	4	4	5	4	5	5	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	5	4	4	5	5	5	4	5
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5	5	4	5
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
5	4	3	5	5	5	4	5	3	4
4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
3	4	3	5	3	4	3	4	5	3
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	5	5

4	5	4	4	5	4	4	4	5	4
4	5	5	5	4	4	3	4	5	4
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
3	4	5	5	5	5	4	5	4	4
4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5	4	4	5	4
4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
4	5	3	4	4	5	5	4	5	4
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
4	3	5	4	4	5	4	3	3	4
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
4	5	5	4	4	4	4	4	5	5
4	4	5	4	5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
4	4	5	4	5	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5	3	4	4	5
5	4	4	5	5	5	4	4	5	4
3	4	5	4	4	5	5	4	4	3
4	5	5	4	5	5	5	4	4	5
3	5	3	4	4	5	4	5	5	4
5	3	5	5	5	4	5	5	4	4

Data Variabel X11-X20

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
4	4	5	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
3	4	5	5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	4	4	5	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	4	3	4	4	5	3	5	4
5	2	5	4	4	2	4	4	4	2
4	5	5	5	4	3	3	4	4	3
5	3	4	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	5	5	5	5	3	5	3	5	3
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
3	5	5	4	4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	5	4	5	4	4	5
3	3	5	4	5	5	4	3	3	4
5	4	5	4	4	5	4	3	5	5
3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
3	4	4	5	4	3	5	5	3	5
4	5	5	5	4	5	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	4	4	4	3	3	4	3	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
5	5	4	4	4	4	3	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	5	5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	3	4	5	5	5	4	5
4	5	5	4	3	4	5	5	4	5
5	5	5	4	3	4	5	5	5	4
5	5	4	4	5	3	4	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	4	5	5	4	4	5	5
4	5	3	4	3	4	5	5	5	5
5	4	3	5	5	5	4	4	5	5
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	3	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	3	5	5	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	4	5	5
4	5	5	5	5	5	4	3	4	3
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
4	4	5	3	5	4	4	5	4	5
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	3	4	4	4
5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
4	4	5	3	3	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	5	3	5	5	5
4	3	4	4	5	5	5	4	4	4
5	3	5	4	4	4	5	4	4	5
2	4	5	5	4	4	5	4	5	5
4	3	3	4	4	5	5	3	4	4
5	5	5	5	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	5	5	4	4
5	4	4	4	3	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	3	3	5	4	5
4	5	4	4	4	5	5	5	4	3
4	4	3	4	5	4	5	5	5	4

4	4	4	4	4	4	4	3	4	5
5	5	5	4	4	5	5	4	5	4
4	4	4	5	5	4	4	5	5	5
5	5	4	4	3	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
5	4	3	5	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
4	5	4	5	5	4	4	4	5	5
3	4	4	4	5	5	5	4	5	5
5	5	3	4	4	4	5	5	5	4
5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	5	5	4	4	5	5	5	4	5
4	4	4	5	5	4	3	4	4	5
3	4	4	5	3	4	5	5	4	4
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
4	5	4	3	5	5	5	4	4	5
5	4	4	4	4	5	5	4	4	5
5	3	4	4	4	5	5	4	5	4
4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
4	5	4	3	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
3	3	3	3	3	5	4	4	5	5
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4	5	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
5	5	4	4	3	4	4	5	5	4
3	3	5	5	5	4	5	5	4	4
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	3	3	3	3	5	4	4
4	4	4	5	5	4	5	5	4	5

5	5	4	5	4	5	4	3	4	4
4	4	5	5	4	5	5	4	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4	5	3
5	5	4	4	5	4	4	4	5	5
4	5	5	4	5	4	4	5	4	4
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5
4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	5	5	5	4
4	4	5	4	4	5	4	5	5	5
4	4	5	5	4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	5	3	3	4	4	4
5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
4	5	4	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
5	4	5	5	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
5	5	4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
5	4	4	4	4	3	3	4	4	5
4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
4	4	5	4	4	5	5	4	4	1
4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	3
5	3	4	4	5	4	5	4	4	5
5	5	4	5	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4	5

3	4	5	4	5	5	5	4	5	4
4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	5	3	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	5	4	5	5	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	5	4	4	5	4	3	5	4
4	4	5	3	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	4	5	4	4	5
4	4	4	5	4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	5	4	4	5	4	5
4	5	3	4	5	4	5	5	4	5
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
4	5	5	4	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5

Data variabel X21-X30

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
3	4	4	5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	5	4	5	5	4	3	5
5	4	5	5	5	5	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	5	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
4	3	4	5	5	4	5	5	4	5
4	4	5	4	5	5	5	5	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	5	4	4	5	4	5
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	5	4	4	3	4	5	3	4
4	5	2	4	4	5	2	4	5	4
5	4	3	4	5	5	4	5	3	4
4	5	5	4	4	3	2	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	4	4	3	5
4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	5	4	5	4	4	4	4	5
4	3	4	4	4	5	3	4	4	5
4	5	4	4	4	5	5	5	4	4
4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
5	5	4	5	4	5	5	4	3	5
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	5	4	4	4	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
4	4	3	5	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	3	3	3
5	5	4	4	5	5	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	5	5	5	5	4	5
5	4	5	4	3	4	5	4	5	4
5	5	4	5	4	4	5	5	4	4
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	4	4	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	4	5	3	5
5	5	4	4	4	5	3	4	5	5
5	5	5	5	4	3	4	4	5	3
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5	4	3	5
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	4	5	4	2	5
4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	5	4	5	3	3	4	4	5
3	5	5	4	5	4	5	5	5	4
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
4	3	3	5	4	4	5	4	4	4
5	4	4	5	5	3	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	3	5	3	5
5	5	4	3	3	4	5	4	5	4
5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
5	4	3	4	4	5	4	5	4	4
5	5	4	5	3	5	5	5	4	5
4	4	5	4	5	4	4	3	5	4
5	4	3	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5	4	5

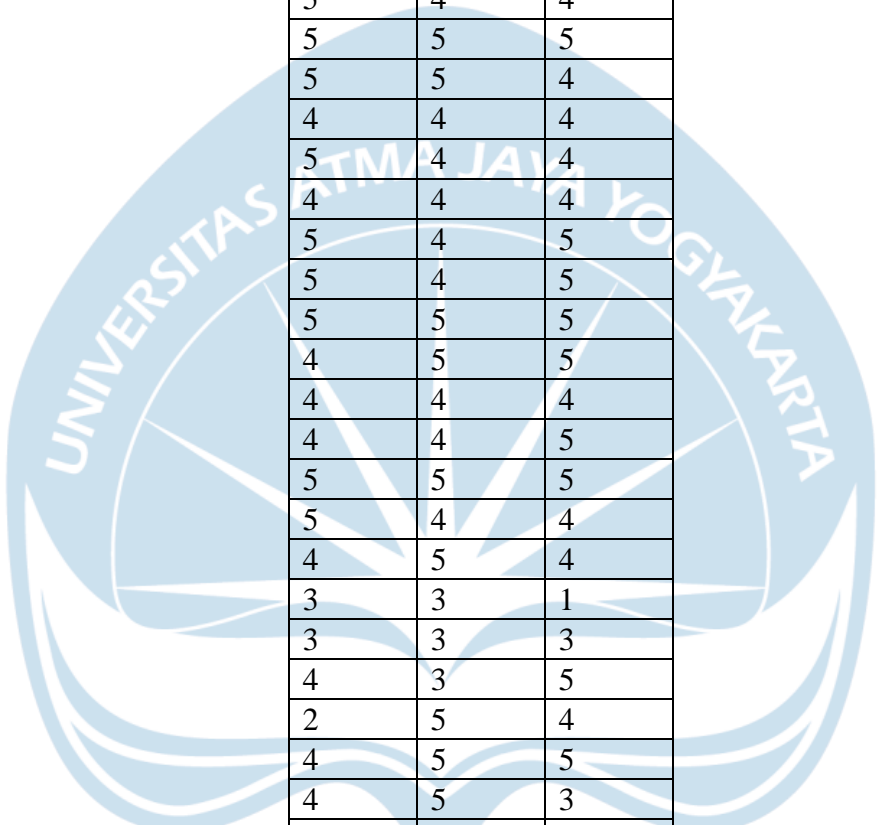
4	4	3	5	5	4	4	4	5	5
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	5	5	4	3	4	5	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	3	3	4	3	3	5
3	4	4	4	5	5	5	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	4	5	5	4	5	4
4	4	4	5	5	5	4	5	4	5
4	4	5	5	5	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
5	5	4	4	5	4	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5
4	4	4	5	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
4	4	4	3	5	5	5	4	4	5
5	5	4	4	4	5	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	4	4	4	5
3	4	4	4	4	4	5	5	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	5
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5
5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
5	4	4	5	3	4	3	4	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	4	5	5	5	4	4	5
5	5	4	5	4	4	4	4	5	5
5	4	4	4	5	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5
5	4	4	4	5	3	4	5	4	4
5	5	5	5	4	3	3	3	3	4

5	4	4	4	5	4	5	4	5	5
5	5	4	4	4	5	5	4	5	4
5	4	4	4	4	5	4	3	2	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	3	5
4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
5	5	4	5	5	4	5	4	4	5
4	4	4	5	4	5	5	5	5	4
5	4	4	5	4	4	4	3	3	5
4	5	5	4	3	4	3	4	2	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
5	5	4	4	4	5	3	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	5	4	5
5	5	4	5	4	4	4	5	4	4
5	4	5	5	4	4	4	4	4	3
5	5	4	4	5	4	5	5	4	4
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
4	5	5	3	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5
4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	5	5	4	4	4
4	4	5	4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
4	4	5	4	4	4	5	5	4	5
3	3	3	5	4	5	5	5	4	5
4	3	4	4	4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	5	4	4	5	4	5
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	4	5	5	4	5	4	4	5
4	4	4	5	4	3	4	3	4	3
4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
5	5	4	4	4	5	5	4	5	4
4	5	4	4	5	5	4	4	5	3
5	5	4	4	5	5	5	4	5	4
5	4	4	4	5	4	4	5	4	5
5	5	4	5	5	4	5	4	4	5

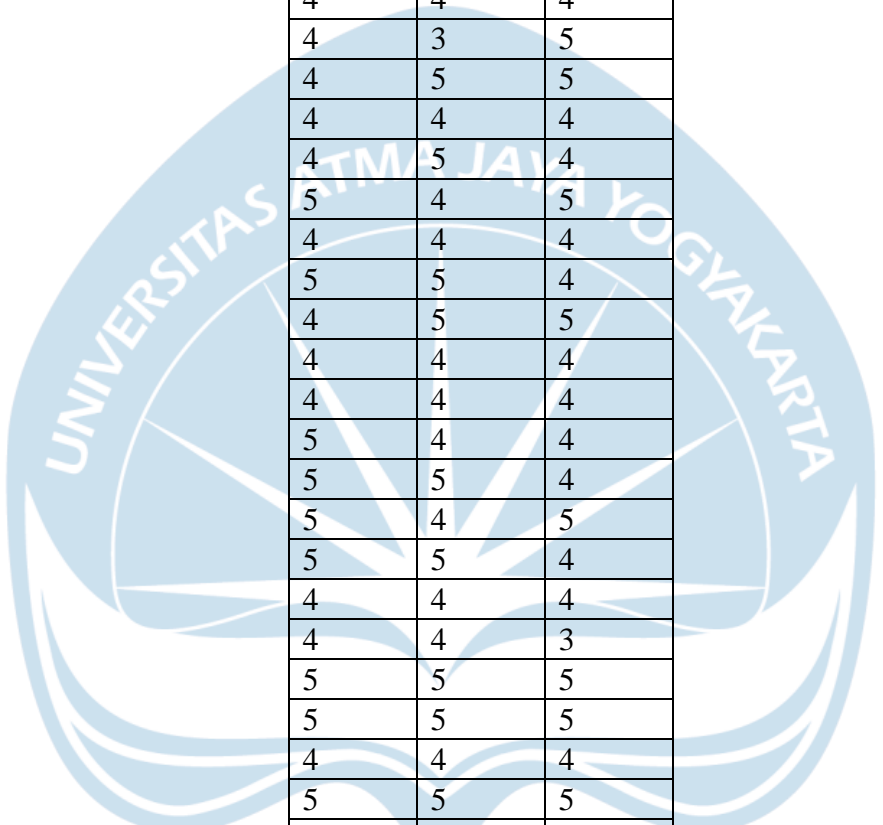
5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
4	4	4	5	4	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	4	4	5	5	4
5	5	4	5	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	5	4	5
4	4	5	5	4	4	5	4	5	4
3	4	5	3	4	4	5	4	3	3
5	4	4	5	4	4	5	5	4	5
4	4	5	5	4	4	4	4	4	5
5	4	5	4	4	4	5	5	4	5
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	4	5	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4	4	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4	4	4	3
5	4	4	4	5	5	5	4	4	5
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	4	4	3	5	5	4	4

Data Variabel X31-X33

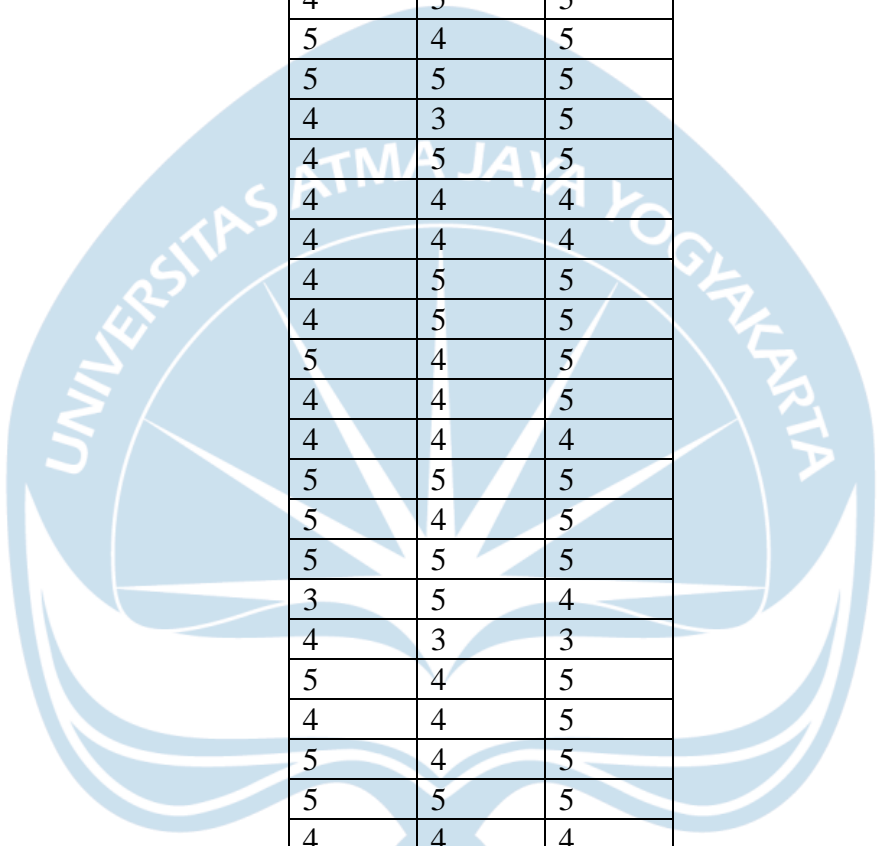
4	4	4
5	4	4
4	4	4



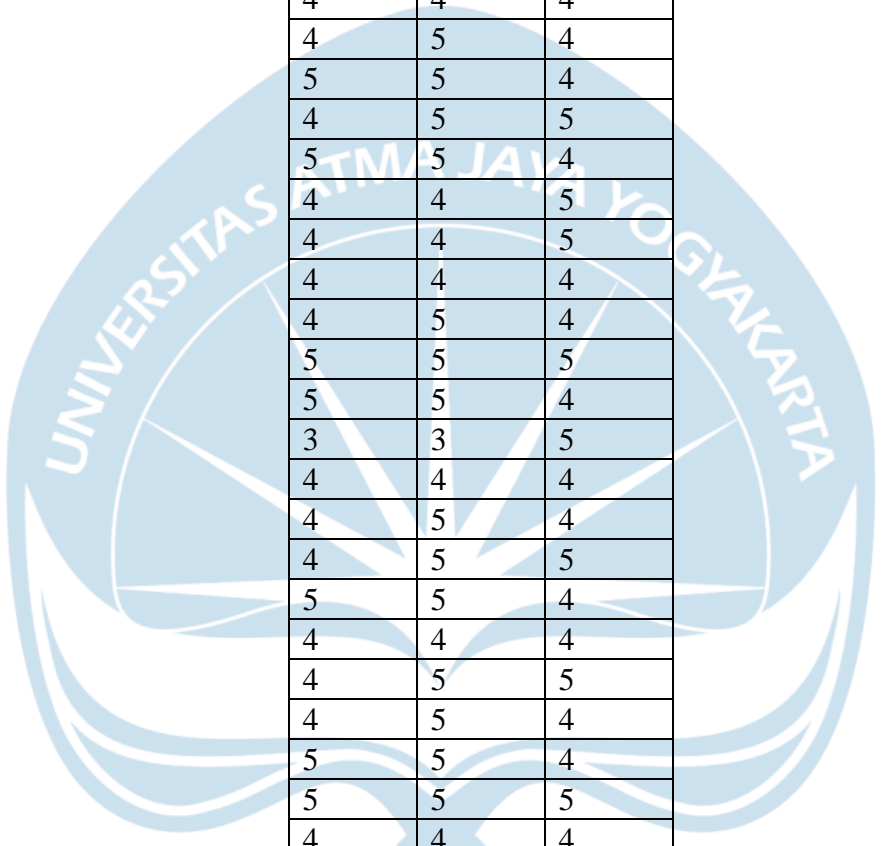
5	5	5
5	5	5
5	4	4
5	5	5
5	4	4
5	5	5
5	5	4
4	4	4
5	4	4
4	4	4
5	4	5
5	4	5
5	5	5
4	5	5
4	4	4
4	4	5
5	5	5
5	4	4
4	5	4
3	3	1
3	3	3
4	3	5
2	5	4
4	5	5
4	5	3
4	4	4
5	5	5
4	5	3
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	4
4	5	5
4	5	4
5	3	3
5	5	5
5	3	5
4	5	3
4	4	4



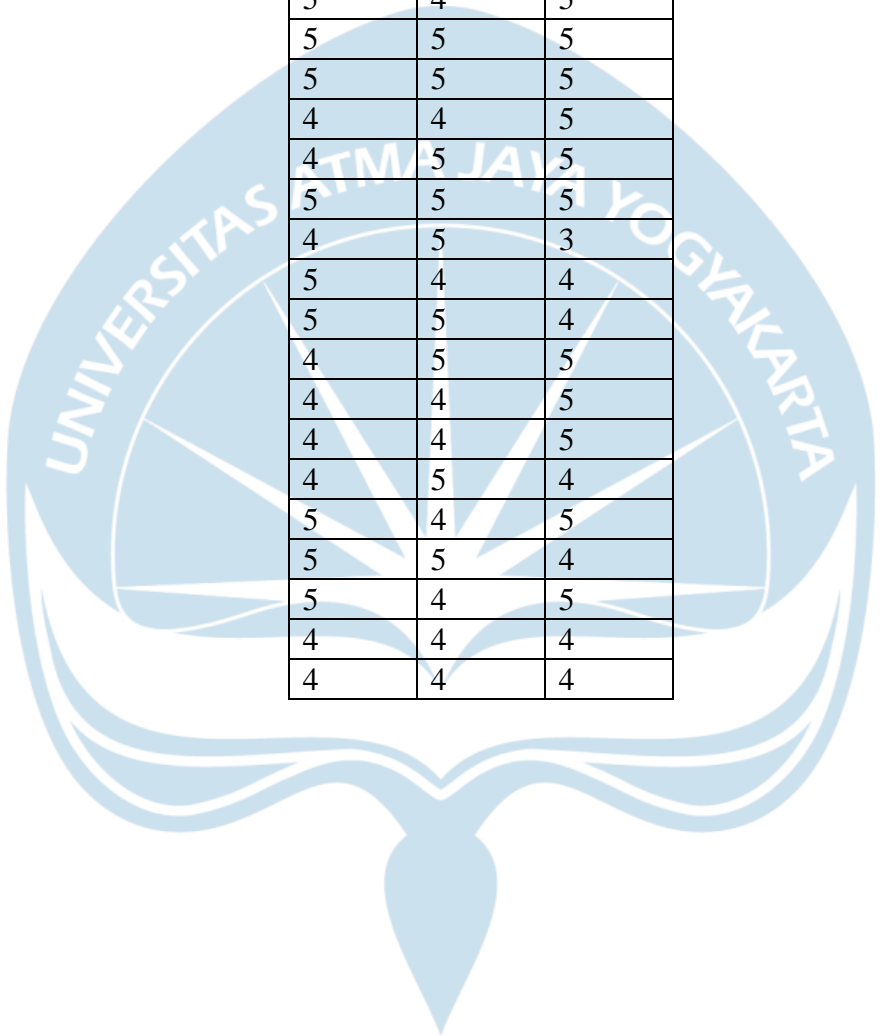
5	3	3
5	5	5
4	4	5
4	5	4
4	4	4
4	3	5
4	5	5
4	4	4
4	5	4
5	4	5
4	4	4
5	5	4
4	5	5
4	4	4
4	4	4
5	4	4
5	5	4
5	4	5
5	5	4
4	4	4
4	4	3
5	5	5
5	5	5
4	4	4
5	5	5
5	4	4
5	5	5
5	5	4
4	5	5
3	4	5
5	5	5
5	4	4
4	4	5
4	5	4
5	5	4
4	4	4
5	5	5
3	4	5
5	4	5



4	5	5
5	4	5
3	4	4
4	5	5
4	5	5
5	4	5
5	5	5
4	3	5
4	5	5
4	4	4
4	4	4
4	5	5
4	5	5
5	4	5
4	4	5
4	4	4
5	5	5
5	4	5
5	5	5
3	5	4
4	3	3
5	4	5
4	4	5
5	4	5
5	5	5
4	4	4
4	5	5
4	5	5
5	4	5
5	5	4
4	4	5
5	4	5
5	5	5
4	4	5
5	4	4
4	5	4
5	5	4
4	5	5
3	4	5



4	4	4
5	4	4
5	5	5
4	4	5
4	4	4
4	5	4
5	5	4
4	5	5
5	5	4
4	4	5
4	4	5
4	4	4
4	5	4
5	5	5
5	5	4
3	3	5
4	4	4
4	5	4
4	5	5
5	5	4
4	4	4
4	5	5
4	5	4
5	5	4
5	5	5
4	4	4
4	5	5
4	5	4
5	4	4
5	4	4
4	5	5
4	5	4
5	4	4
3	3	5
4	5	4
4	4	4
3	3	4
4	5	4
5	5	4



4	5	5
5	5	4
5	4	4
4	5	4
5	4	5
5	5	5
5	5	5
4	4	5
4	5	5
5	5	5
4	5	3
5	4	4
5	5	4
4	5	5
4	4	5
4	4	5
4	5	4
5	4	5
5	5	4
5	4	5
4	4	4
4	4	4

Lampiran V

Hasil Uji SPSS

Hasil Uji Validitas X1.1-X1.25

Book1 - Excel | Agung Sumantri

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Tell me what you want to do

Clipboard Font Alignment Number Styles Cells Editing

T3

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	X1.21	X1.22	X1.23	X1.24	X1.25	
5																											
6	X1.1	Pearson Correlation	1	.477	.466	0.222	0.228	0.064	0.190	.279	.290	0.047	0.154	0.220	0.181	.375	.527	0.102	0.191	0.220	0.221	0.239	.391	0.204	.331	.332	.518
7		Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.104	0.094	0.645	0.166	0.039	0.032	0.732	0.263	0.107	0.185	0.000	0.000	0.459	0.162	0.106	0.105	0.079	0.003	0.134	0.013	0.013	0.000
8		N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
9	X1.2	Pearson Correlation	.477	1	.555	0.258	0.214	.290	.490	.300	.302	0.140	0.042	.348	0.251	.503	.467	.383	.298	.332	.518	0.257	.351	0.120	.335	.300	.412
10		Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.057	0.117	0.031	0.000	0.026	0.025	0.308	0.763	0.009	0.065	0.000	0.000	0.004	0.027	0.013	0.000	0.058	0.009	0.383	0.012	0.026	0.002	
11		N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
12	X1.3	Pearson Correlation	.466	.555	1	0.204	0.257	0.060	0.146	0.184	.508	0.035	0.089	.316	.334	.429	.465	0.234	0.084	0.208	.417	0.091	.485	0.235	0.098	0.244	.437
13		Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.135	0.058	0.663	0.286	0.178	0.000	0.798	0.517	0.019	0.013	0.001	0.000	0.086	0.544	0.127	0.002	0.507	0.000	0.084	0.476	0.073	0.001	
14		N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
15	X1.4	Pearson Correlation	0.222	0.258	0.204	1	0.152	0.192	0.067	.325	0.044	0.183	0.246	.268	0.235	0.056	.328	0.131	.289	.394	.380	0.082	.299	.336	0.091	.314	0.200
16		Sig. (2-tailed)	0.104	0.057	0.135	0.268	0.160	0.626	0.015	0.751	0.181	0.070	0.048	0.085	0.683	0.015	0.342	0.033	0.003	0.004	0.553	0.026	0.012	0.508	0.020	0.143	
17		N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
18	X1.5	Pearson Correlation	0.228	0.214	0.257	0.152	1	0.146	0.193	0.142	0.163	.412	0.192	.279	0.099	.378	.389	0.195	0.223	.345	.354	.404	.361	0.247	.297	.513	.356
19		Sig. (2-tailed)	0.094	0.117	0.058	0.288	0.286	0.158	0.301	0.236	0.002	0.161	0.039	0.473	0.004	0.003	0.154	0.102	0.010	0.008	0.002	0.007	0.069	0.028	0.000	0.008	
20		N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
21	X1.6	Pearson Correlation	0.064	.290	0.060	0.192	0.146	1	.411	.360	0.115	0.230	0.256	.377	.356	0.196	.291	.352	0.225	0.213	0.213	.606	.290	.320	.451	0.195	0.104
22		Sig. (2-tailed)	0.645	0.031	0.663	0.160	0.286	0.002	0.007	0.404	0.091	0.059	0.004	0.008	0.151	0.031	0.008	0.099	0.118	0.118	0.000	0.031	0.017	0.001	0.153	0.451	

Ready Accessibility: Investigate 6:46 AM 6/21/2022

Book1 - Excel | Agung Sumantri

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Tell me what you want to do

Clipboard Font Alignment Number Styles Cells Editing

T3

		X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	X1.21	X1.22	X1.23	X1.24	X1.25							
24	X1.7	Pearson Correlation	0.190	.490	0.146	0.067	0.193	.411	1	.386	-.065	0.155	0.169	.387	0.244	.352	.271	.537	.273	0.147	.303	.429	0.217	0.098	.586	.326	.390
25		Sig. (2-tailed)	0.166	0.000	0.286	0.626	0.158	0.002	0.004	0.639	0.259	0.219	0.003	0.073	0.008	0.045	0.000	0.044	0.285	0.025	0.001	0.111	0.476	0.000	0.015	0.003	
26		N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
27	X1.8	Pearson Correlation	.279	.300	0.184	.325	0.142	.360	.386	1	.365	0.144	0.239	0.137	.392	.406	.460	.572	.362	.360	.429	.431	.300	.430	.400	.362	0.247
28		Sig. (2-tailed)	0.039	0.026	0.178	0.015	0.301	0.007	0.004	0.006	0.204	0.079	0.318	0.003	0.002	0.000	0.000	0.007	0.007	0.001	0.001	0.026	0.001	0.003	0.007	0.089	
29		N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
30	X1.9	Pearson Correlation	.290	.302	.508	0.044	0.163	0.115	-.065	.365	1	.314	0.175	0.192	.470	.483	.450	0.238	.359	.319	.303	0.244	.338	.342	0.210	.276	.304
31		Sig. (2-tailed)	0.032	0.025	0.000	0.751	0.236	0.404	0.639	0.006	0.020	0.200	0.160	0.000	0.000	0.001	0.080	0.007	0.018	0.024	0.072	0.012	0.011	0.124	0.041	0.024	
32		N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
33	X1.10	Pearson Correlation	0.047	0.140	0.035	0.183	.412	0.230	0.155	0.144	.314	1	.465	.287	0.218	.308	.354	0.186	.587	0.262	.498	.339	.290	.288	.499	.452	.295
34		Sig. (2-tailed)	0.732	0.308	0.798	0.181	0.002	0.091	0.259	0.294	0.020	0.000	0.033	0.110	0.022	0.008	0.174	0.000	0.053	0.000	0.011	0.032	0.033	0.000	0.001	0.029	
35		N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
36	X1.11	Pearson Correlation	0.154	0.042	0.089	0.246	0.192	0.256	0.169	0.239	0.175	.465	1	0.257	0.208	0.181	.406	0.064	.316	0.165	.415	.347	0.189	.462	.313	.308	.388
37		Sig. (2-tailed)	0.263	0.763	0.517	0.070	0.161	0.059	0.219	0.079	0.200	0.000	0.058	0.128	0.461	0.002	0.640	0.019	0.258	0.002	0.010	0.166	0.000	0.020	0.022	0.004	
38		N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
39	X1.12	Pearson Correlation	0.220	.348	.316	.268	.279	.377	.387	0.137	0.192	.287	0.257	1	.297	.446	.251	0.154	0.066	.333	.304	.423	0.206	0.161	.358	.451	.428
40		Sig. (2-tailed)	0.107	0.009	0.019	0.048	0.039	0.004	0.003	0.318	0.160	0.033	0.058	0.028	0.001	0.064	0.260	0.638	0.013	0.024	0.001	0.131	0.239	0.007	0.001	0.001	
41		N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
42	X1.13	Pearson Correlation	0.181	0.251	.334	0.235	0.099	.356	0.244	.392	.470	0.218	0.208	.297	1	.338	0.189	.425	.364	.283	.376	.378	0.169	.344	0.257	.374	.404

Ready Accessibility: Investigate 6:49 AM 6/21/2022

Book1 - Excel | Agung Sumantri

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Tell me what you want to do

Clipboard Font Alignment Number Styles Cells Editing

Calibri 11 Wrap Text Merge & Center

General \$ % +.00 -0.00

Conditional Formatting Format as Table Cell Styles

Insert Delete Format

Sort & Find & Filter - Select -

T3

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF		
47		X15	Pearson Correlatio	527	467	485	328	389	291	271	460	456	354	406	0.251	0.188	500		310	448	0.223	436	394	508	388	484	450	431						
48			Sig (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.015	0.003	0.031	0.045	0.000	0.001	0.008	0.002	0.064	0.188	0.000		0.021	0.001	0.102	0.001	0.003	0.000	0.003	0.000	0.000	0.000						
49			N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56						
50		X16	Pearson Correlatio	0.802	383	0.234	0.101	0.195	362	537	572	0.238	0.186	0.064	0.154	425	279	310	1	382	325	424	490	0.179	0.167	349	301	326						
51			Sig (2-tailed)	0.459	0.004	0.086	0.342	0.754	0.000	0.000	0.000	0.080	0.174	0.640	0.260	0.001	0.039	0.021		0.004	0.015	0.001	0.000	0.190	0.224	0.043	0.025	0.016						
52			N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56						
53		X17	Pearson Correlatio	0.191	290	0.094	289	0.223	0.225	273	362	359	567	316	0.065	364	0.218	443	382	1	359	410	383	375	347	570	391	287						
54			Sig (2-tailed)	0.162	0.027	0.544	0.033	0.102	0.099	0.044	0.007	0.007	0.000	0.019	0.638	0.006	0.109	0.001	0.004		0.007	0.002	0.004	0.005	0.011	0.000	0.003	0.039						
55			N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56						
56		X18	Pearson Correlatio	0.220	332	0.208	394	345	0.210	0.147	360	318	0.262	0.195	333	283	318	0.223	325	359	1	395	422	0.252	0.307	280	373	0.285						
57			Sig (2-tailed)	0.164	0.010	0.127	0.003	0.018	0.205	0.007	0.018	0.063	0.259	0.013	0.036	0.018	0.182	0.015	0.007		0.003	0.001	0.063	0.014	0.038	0.014	0.051							
58			N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56						
59		X19	Pearson Correlatio	0.221	510	417	380	354	0.210	303	429	303	450	419	304	376	317	426	424	410	1	331	323	286	276	436	404							
60			Sig (2-tailed)	0.165	0.000	0.002	0.004	0.008	0.118	0.025	0.001	0.024	0.000	0.002	0.024	0.005	0.020	0.001	0.001	0.002		0.003	0.014	0.016	0.034	0.041	0.001	0.002						
61			N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56						
62		X20	Pearson Correlatio	0.228	0.257	0.091	0.062	404	606	423	431	0.244	339	347	423	375	269	394	430	383	422	331	1	361	224	567	440	335						
63			Sig (2-tailed)	0.075	0.058	0.507	0.553	0.002	0.000	0.001	0.072	0.011	0.010	0.005	0.001	0.004	0.001	0.004	0.001	0.004		0.003	0.030	0.000	0.000	0.000	0.012							
64			N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56						
65		X21	Pearson Correlatio	391	351	485	291	361	290	0.217	300	338	290	0.189	0.206	0.163	500	503	0.179	375	0.252	323	361	1	474	298	345	0.189						
66			Sig (2-tailed)	0.003	0.009	0.000	0.026	0.007	0.031	0.111	0.026	0.012	0.032	0.166	0.131	0.278	0.000	0.000	0.180	0.005	0.063	0.016	0.007		0.000	0.027	0.010	0.146						
67			N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56						
68		X22	Pearson Correlatio	0.079	0.059	0.507	0.553	0.002	0.000	0.001	0.001	0.072	0.011	0.010	0.005	0.005	0.047	0.003	0.000	0.004	0.001	0.014	0.007	0.000	0.000	0.000	0.000	0.012						
69			Sig (2-tailed)	0.003	0.009	0.000	0.026	0.007	0.031	0.111	0.026	0.012	0.032	0.166	0.131	0.278	0.000	0.000	0.180	0.005	0.063	0.016	0.007		0.000	0.027	0.010	0.146						
70			N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56						
71		X23	Pearson Correlatio	0.264	0.100	0.228	336	0.247	300	0.088	430	347	289	462	0.161	344	422	388	0.167	347	330	395	295	474	1	302	302	0.266						
72			Sig (2-tailed)	0.014	0.383	0.084	0.012	0.069	0.017	0.476	0.001	0.011	0.033	0.000	0.235	0.070	0.001	0.003	0.224	0.011	0.014	0.034	0.030	0.000		0.025	0.025	0.034						
73			N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56						
74		X24	Pearson Correlatio	331	325	0.098	0.091	297	451	585	400	0.210	459	313	358	0.257	347	484	349	578	280	276	587	298	1	419	440							
75			Sig (2-tailed)	0.010	0.012	0.476	0.508	0.028	0.001	0.000	0.003	0.024	0.000	0.020	0.007	0.056	0.011	0.000	0.009	0.000	0.038	0.041	0.000	0.027	0.025		0.001	0.001						
76			N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56						
77		X25	Pearson Correlatio	332	300	0.244	314	517	0.165	325	362	276	452	300	451	314	414	495	307	397	375	435	440	345	1	302	302	0.267						
78			Sig (2-tailed)	0.010	0.026	0.073	0.020	0.000	0.153	0.016	0.007	0.041	0.001	0.022	0.000	0.000	0.025	0.003	0.004	0.001	0.001	0.010	0.025	0.001		0.000	0.000							
79			N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56						
80		X26	Pearson Correlatio	0.000	0.002	0.001	0.143	0.006	0.451	0.003	0.065	0.024	0.029	0.004	0.001	0.002	0.000	0.000	0.015	0.038	0.051	0.002	0.012	0.146	0.034	0.001	0.000							
81			Sig (2-tailed)	0.999	0.728	0.999	0.143	0.006	0.451	0.003	0.065	0.024	0.029	0.004	0.001	0.002	0.000	0.000	0.015	0.038	0.051	0.002	0.012	0.146	0.034	0.001	0.000							
82			N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56						

Ready Accessibility: Investigate 6:52 AM 6/21/2022

Book1 - Excel | Agung Sumantri

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Tell me what you want to do

Clipboard Font Alignment Number Styles Cells Editing

Calibri 11 Wrap Text Merge & Center

General \$ % +.00 -0.00

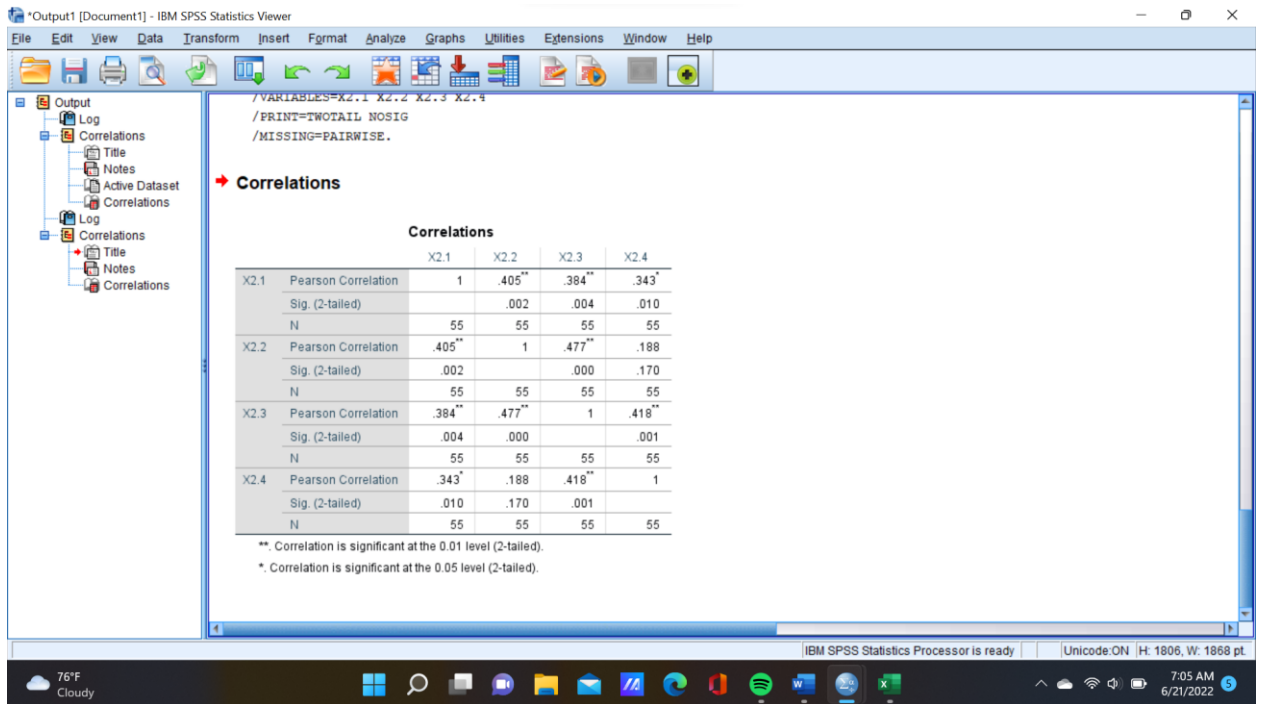
Conditional Formatting Format as Table Cell Styles

Insert Delete Format

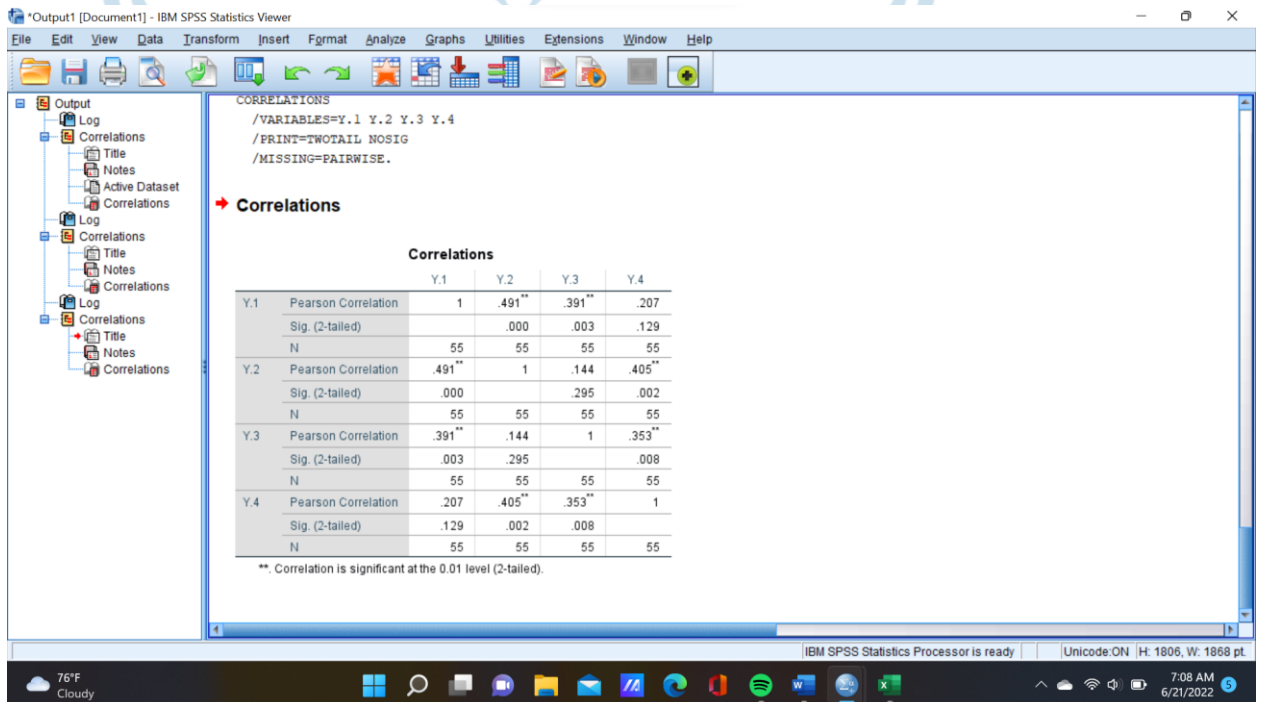
Sort & Find & Filter - Select -

T3

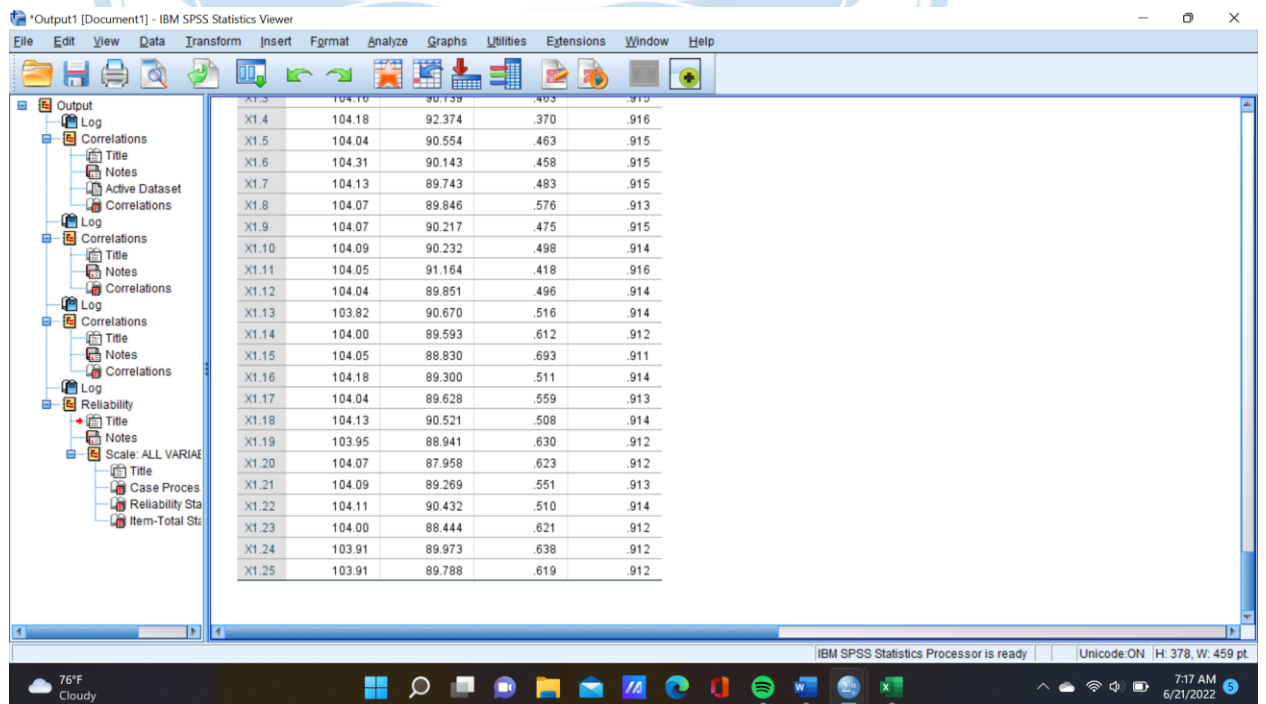
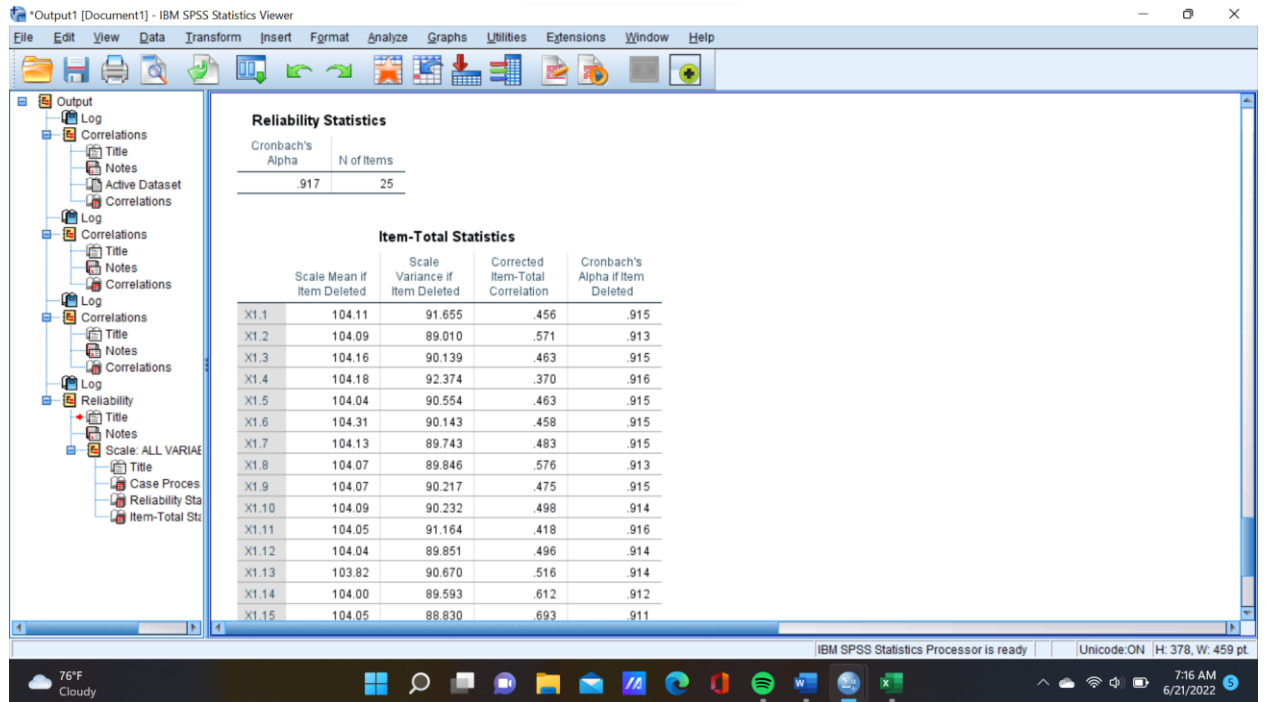
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	
64			Sig (2-tailed)	0.079	0.059	0.507	0.553	0.002	0.000	0.001	0.001	0.072	0.011	0.010	0.005	0.047	0.003	0.000	0.004	0.001	0.014	0.007	0.000	0.000	0.000	0.000	0.012						
65		X21	Pearson Correlatio	391	351	485	291	361	290	0.217	300	338	290	0.189	0.206	0.163	500	503	0.179	375	0.252	323	361	1	474	298	345	0.189					
66			Sig (2-tailed)	0.003	0.009	0.000	0.026	0.007	0.031	0.111	0.026	0.012	0.032	0.166																			



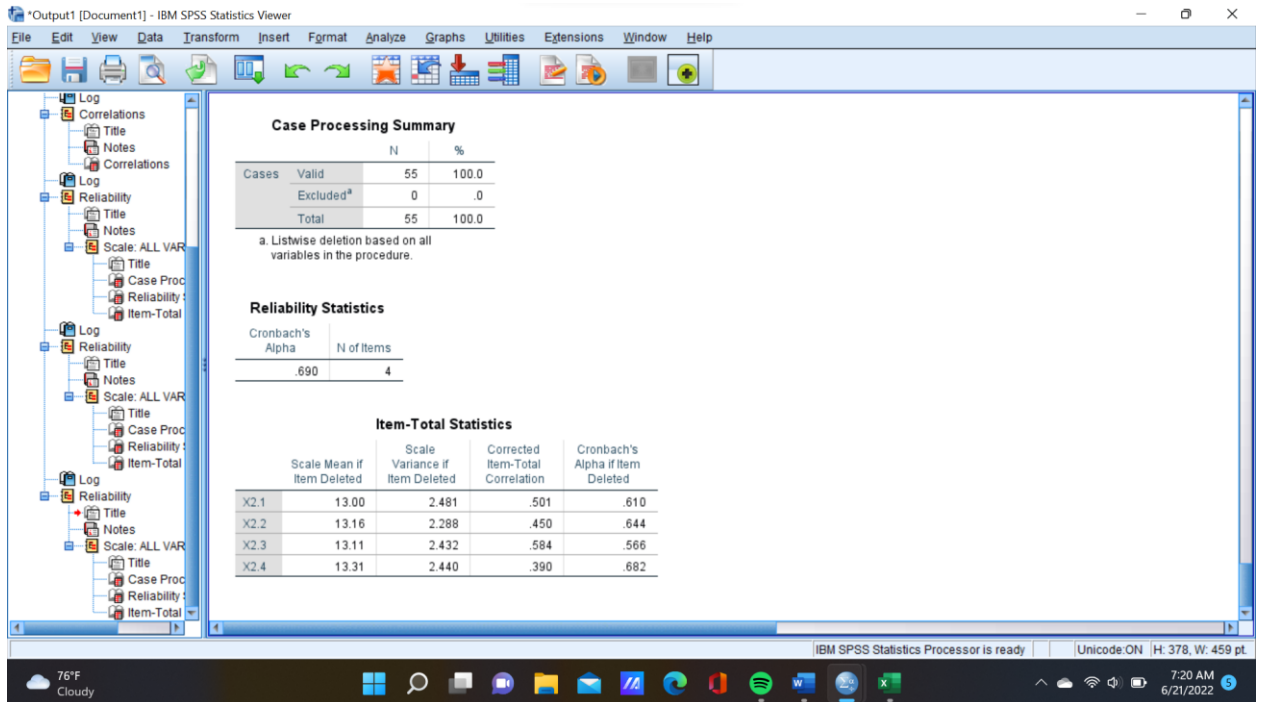
Hasil Uji Validitas Y1-Y4



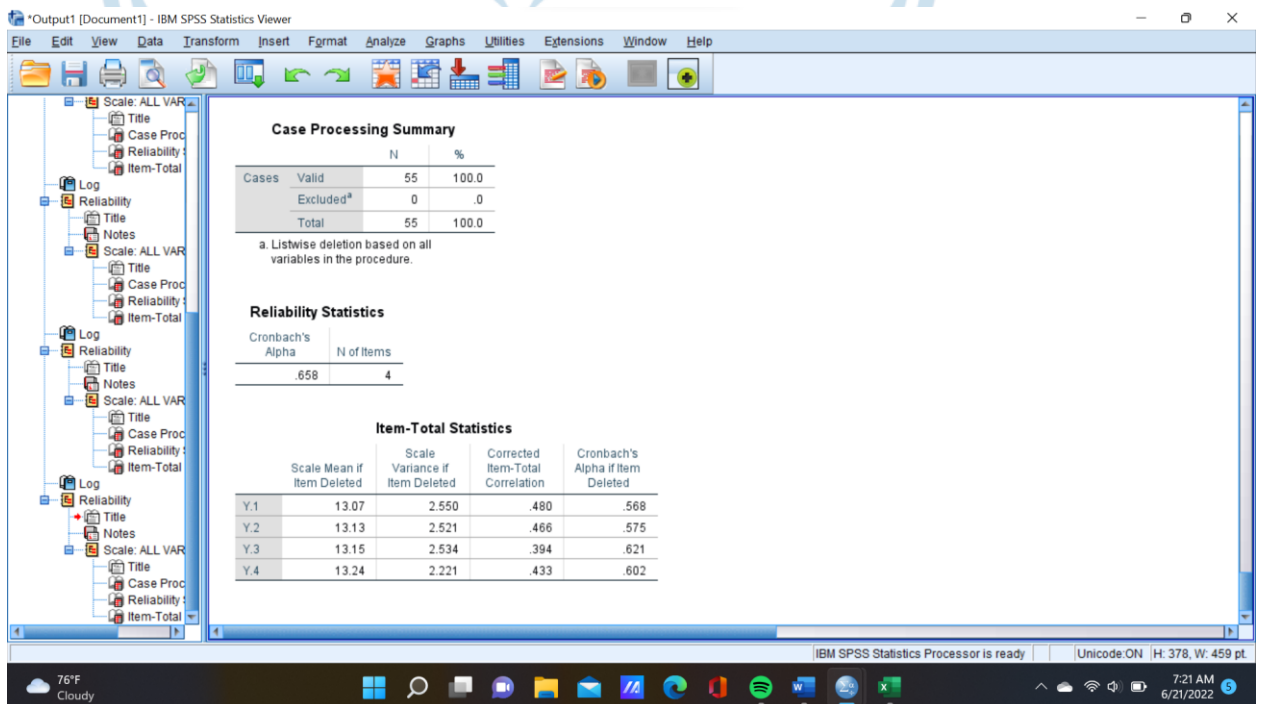
Uji Reliabilitas X1.1-X1.25



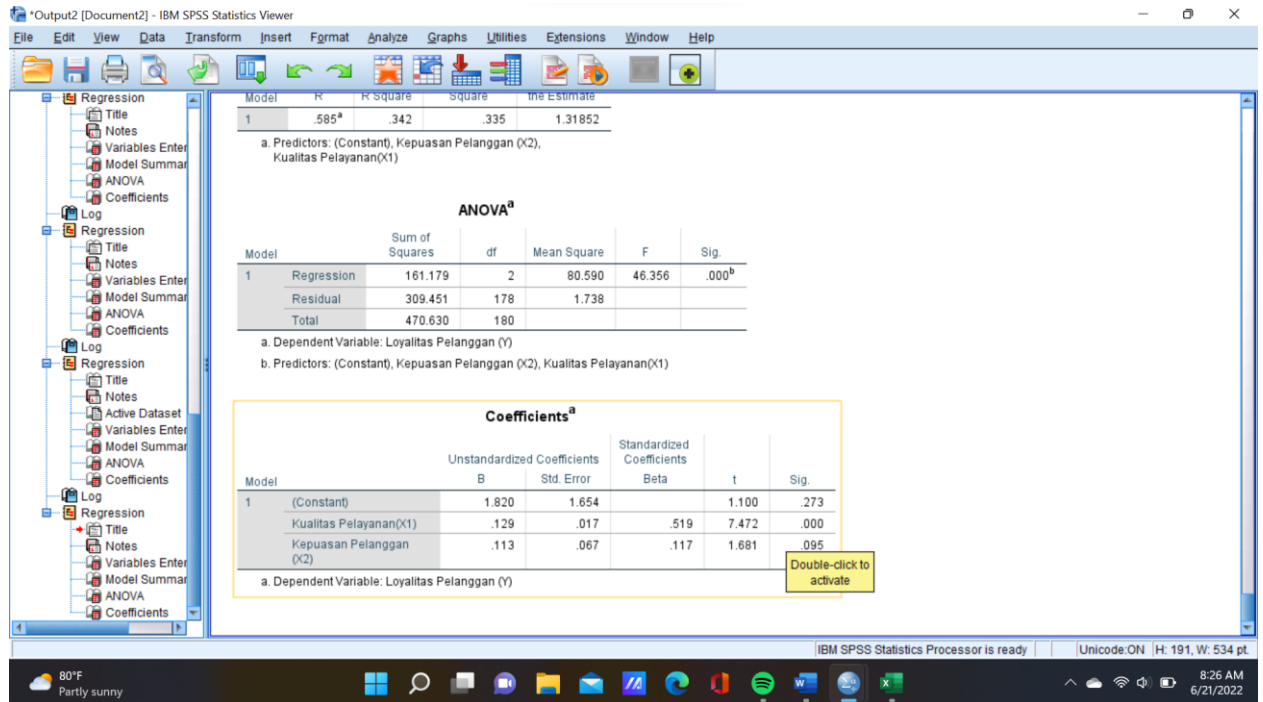
Hasil Uji Reliabilitas X2.1-X2.4



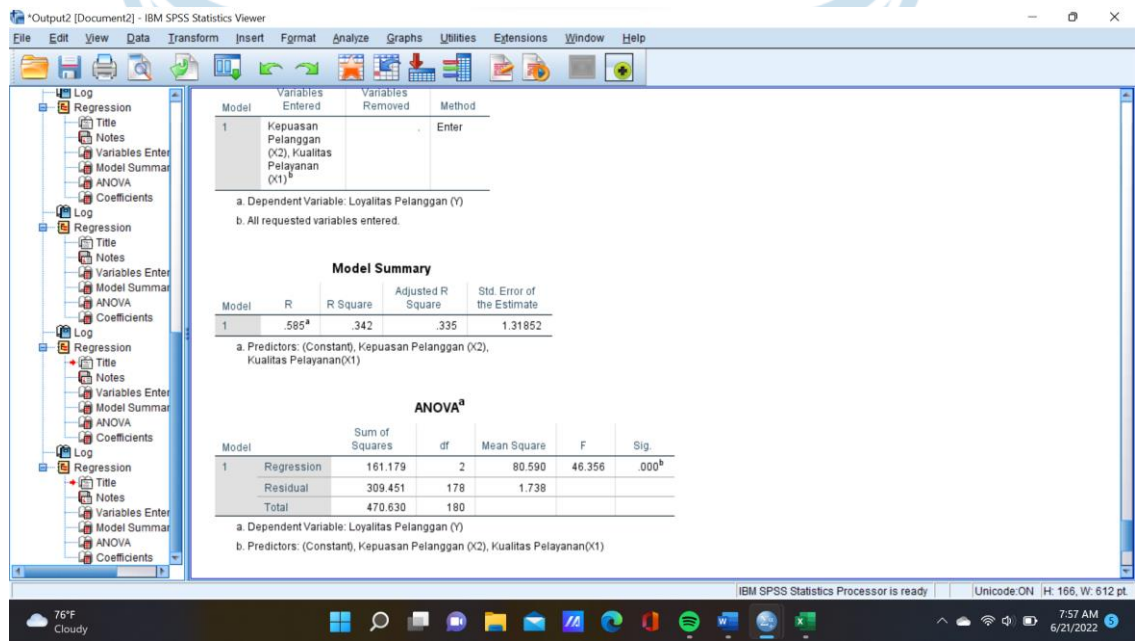
Hasil Uji Reliabilitas Y1-Y4



Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

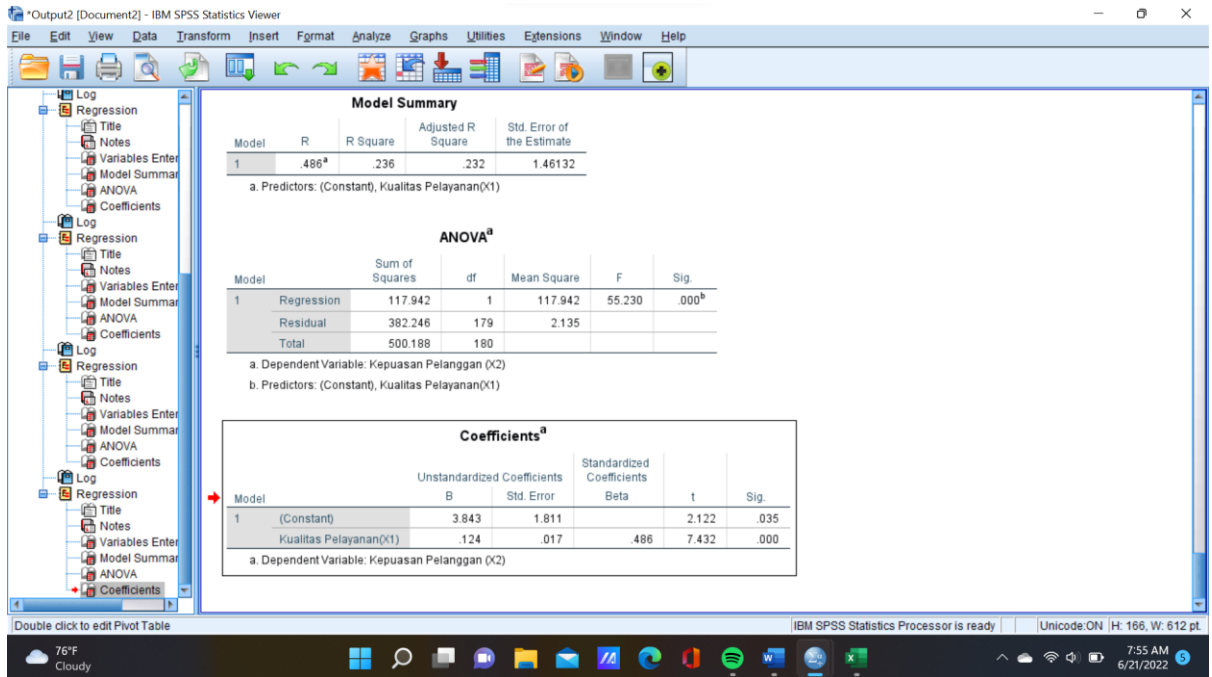


Hasil Uji F

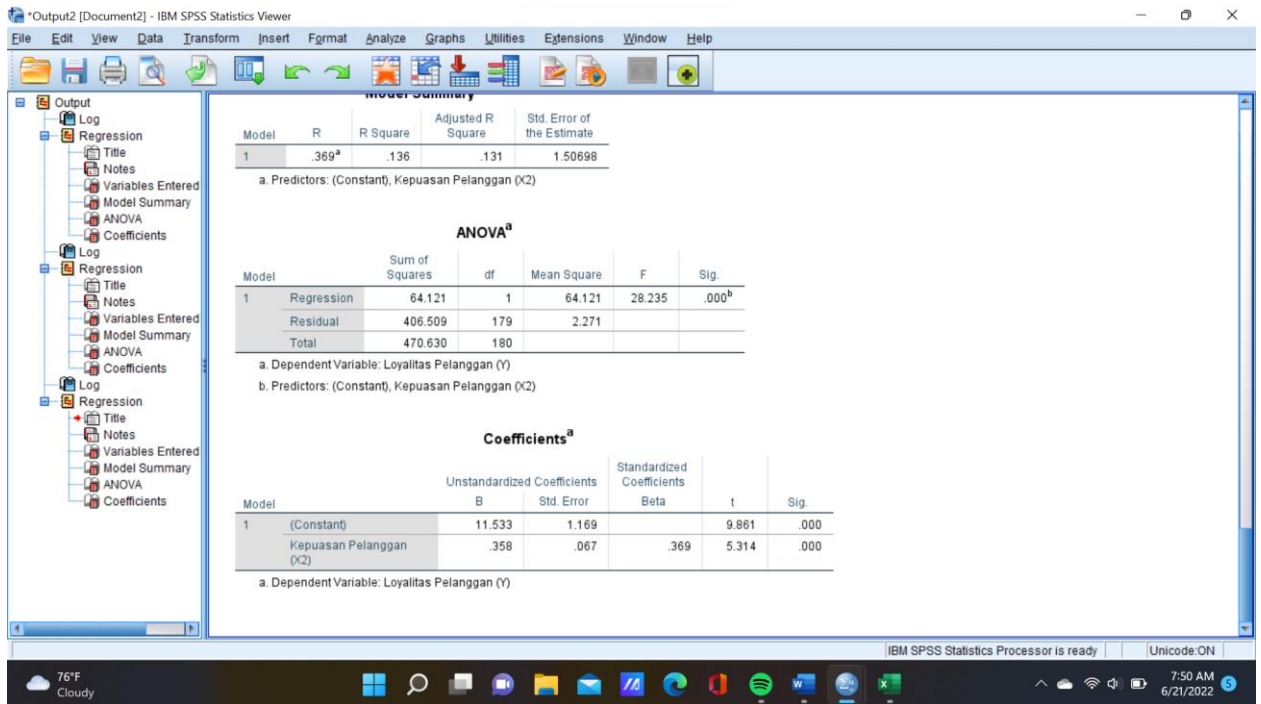


Hasil Uji T

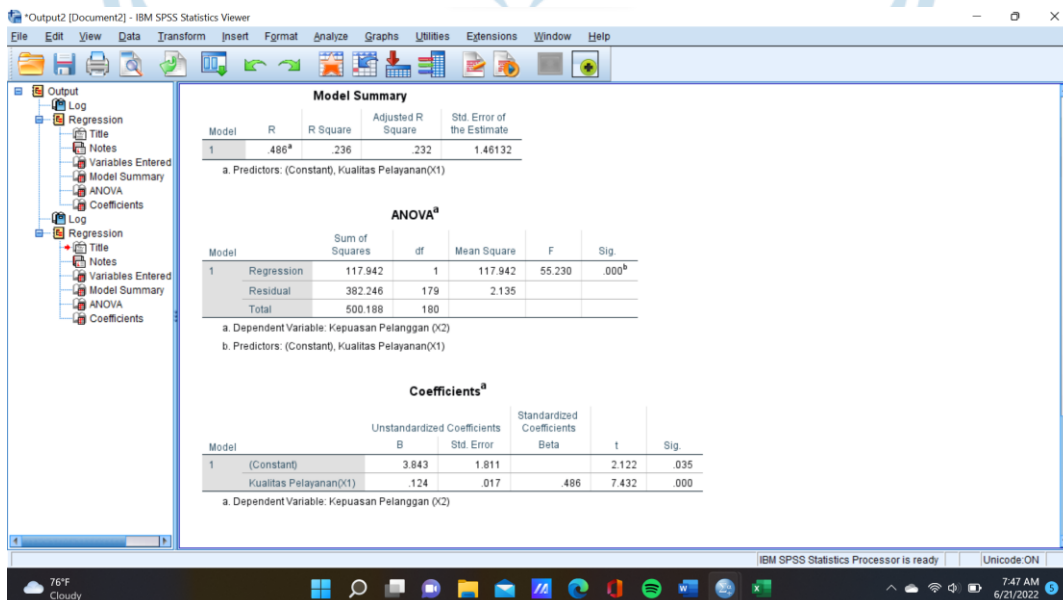
Uji T X1 terhadap X2



Uji T X2 terhadap Y



Uji T X1 terhadap Y



Hasil Uji Nilai R^2

Uji Nilai R^2 X1 dan X2 terhadap Y

IBM SPSS Statistics Viewer

```

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN (.05) POUT (.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2.

```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan Pelanggan (X2), Kualitas Pelayanan (X1) ^b		Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585 ^a	.342	.335	1.31852

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan (X2), Kualitas Pelayanan(X1)

IBM SPSS Statistics Processor is ready | Unicode: ON

80°F Partly sunny | 8:29 AM 6/21/2022

Hasil Nilai Uji R^2 X1 terhadap X2

IBM SPSS Statistics Viewer

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan (X1) ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (X2)
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.486 ^a	.236	.232	1.46132

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan(X1)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117.942	1	117.942	55.230	.000 ^b
	Residual	382.246	179	2.135		
	Total	500.188	180			

IBM SPSS Statistics Processor is ready | Unicode: ON

80°F Partly sunny | 8:31 AM 6/21/2022

Lampiran VI

Jurnal Acuan



Article

The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in an Automotive After-Sales Service

Justine Roy Balinado ^{1,2}, Yogi Tri Prasetyo ^{1,*}, Michael Nayat Young ¹, Satria Fadil Persada ³, Bobby Ardiansyah Miraja ³ and Anak Agung Ngurah Perwira Redi ⁴

- ¹ School of Industrial Engineering and Engineering Management, Mapúa University, Manila 1002, Philippines; justineroybalinado@gmail.com (J.R.B.); mryoung@mapua.edu.ph (M.N.Y.)
- ² School of Graduate Studies, Mapúa University, Manila 1002, Philippines
- ³ Department of Business Management, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Kampus ITS Sukolilo, Surabaya 60111, Indonesia; satriafp@gmail.com (S.F.P.); bobard.m@outlook.com (B.A.M.)
- ⁴ Industrial Engineering Department, BINUS Graduate Program—Master of Industrial Engineering, Bina Nusantara University, Jakarta 11480, Indonesia; wira.redi@binus.edu
- * Correspondence: ytprasetyo@mapua.edu.ph; Tel.: +63-28247-5000 (ext. 6202)

Abstract: Assessment of service quality has been widely utilized in after-sales service, especially in the automotive industry. The purpose of the study was to determine factors affecting customer satisfaction in an automotive after-sales service at Toyota Dasmariñas-Cavite Philippines by utilizing the SERVQUAL approach. Several SERVQUAL dimensions such as tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy were analyzed simultaneously to the customer satisfaction. Structural equation modeling (SEM) indicated that among the five SERVQUAL dimensions, reliability and empathy were found to have significant relationships to the satisfaction of customers at Toyota Dasmariñas-Cavite Philippines. Interestingly, tangibles, responsiveness, and assurance were found to have no significant relationships to satisfaction. The servicing dealer must deliver a high quality of service to meet customer expectations and achieve high customer satisfaction, which subsequently builds customer trust towards the company. With these, customer retention and loyalty can be attained by the company that can also increase the company's profit and competitive advantage.

Keywords: service quality; after-sales service; structural equation modeling; SERVQUAL; customer satisfaction; customer loyalty



Citation: Balinado, J.R.; Prasetyo, Y.T.; Young, M.N.; Persada, S.F.; Miraja, B.A.; Perwira Redi, A.A.N. The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in an Automotive After-Sales Service. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.* **2021**, *7*, 116. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020116>

Received: 23 February 2021

Accepted: 12 April 2021

Published: 21 April 2021

Publisher's Note: MDPI stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2021 by the authors. Licensee MDPI, Basel, Switzerland. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Introduction

Customer satisfaction is an individual perception or feelings towards the kind of service or product they received in relation to their expectation [1]. The idea is basically to satisfy customers for them to continue patronizing a business, for the business to increase their profit and to be sustainable in their line of industry [2]. Today's competitive market situation make industries prioritize customer satisfaction, which is widely known to lead to customer retention and loyalty. Through this, businesses can increase their profit and sustain their competitive advantage within their industry.

In the competitive service industry, customers play an important role in determining the service quality that they received [2]. This service quality or widely known as SERVQUAL is considered as an important factor in interpreting customer satisfaction [3]. It has been already used by different service industries like in the mobile banking, health management, telecommunication, online education, hoteling, and tourism [3]. There are several measures that can explore the SERVQUAL in service industry and one of the most utilized is after-sales service.

After-sales service is commonly used to define services carried out to the consumer of a product during its life cycle after it has been purchased [4]. It is said that after-sales services are not only vital as a requirement on a product or by law, but also a great contributor to a

business to enhance their competitiveness [5]. Examples of these after-sales services are mostly the repairs and maintenance of a product in automotive companies.

Automotive companies' way of delivering after-sales services is through its retailer or dealers. Car producers such as Toyota, Volkswagen, BMW and many others utilize their retailers to deliver services such as vehicle periodic maintenance and other repair services [5]. Over the years, these retailer services have been thriving industries in developing countries such as the Philippines.

The Philippines ranked 9th among the countries with the highest passenger cars sold within the Asia-Pacific region. With approximately 273.4 thousand vehicles in 2019, Toyota was the leading auto-motive company in the Philippines, selling about 161.4 thousand cars in the same year [6]. Toyota Motor Philippines, or TMP, as one of the well-known car companies in the Philippines, uses the approach of using its retailer or dealer to deliver the after-sales services for Toyota vehicle products all over the Philippine network. One of these dealers is the Toyota Dasmariñas-Cavite.

Toyota Dasmariñas-Cavite or TDM is located at Dasmariñas, City in Cavite, Philippines. It is the first Toyota dealer in Cavite. The business is focused on the sales and periodic maintenance of all Toyota vehicles. It started on 24 October 2003 and was the very first addition to the Toyota Manila Bay Corporation (TMBC) [7,8]. Toyota Dasmariñas-Cavite also offers after-sales services to all Toyota customers and only aims to exceed the customer expectation and deliver high customer satisfaction.

In enhancing the customer satisfaction, SERVQUAL has been widely utilized in an after-sales service worldwide. In Malaysia, Farooq et al. [3] explored the customer satisfaction in Malaysia Airlines by utilizing the SERVQUAL approach. In Ghana, Baidoo et al. [9] also conducted a study that assessed customer satisfaction in automotive repair garages in Cape Coast metropolis. Finally, In India, Baber [10] also utilized SERVQUAL to explore the gap between the level of expectation in service quality, service perception, and its influence on customer satisfaction of Toyota customers.

Despite the availability of numerous SERVQUAL studies worldwide, there was no local study in the Philippines particularly related to the automotive after-sales service. In fact, the application of SERVQUAL is very important particularly for enhancing the automotive after-sales service such as Toyota Dasmariñas-Cavite, Philippines. By meeting customer expectation and achieving high customer satisfaction, customer retention and loyalty will be certainly possible for Toyota Dasmariñas-Cavite. With these, customer retention and loyalty can be attained by the company, which can also increase the company's profit and competitive advantage.

The purpose of the study was to determine factors affecting customer satisfaction in an automotive after-sales service at Toyota Dasmariñas-Cavite by utilizing the SERVQUAL approach. Several SERVQUAL dimensions such as tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy were analyzed simultaneously to the customer satisfaction. This study is the first study that analysed automotive after-sales service in the Philippines. The results could be theoretical foundations for enhancing the customer satisfaction in the automotive industry worldwide.

2. Materials and Methods

2.1. Theoretical Framework

Figure 1 represents the theoretical framework showing customer's perception on service quality in terms of the five dimensions. These dimensions consist of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. It was assessed with the use of SERVQUAL questionnaires to determine its relationship on customer satisfaction at Toyota Dasmariñas-Cavite Service Department.

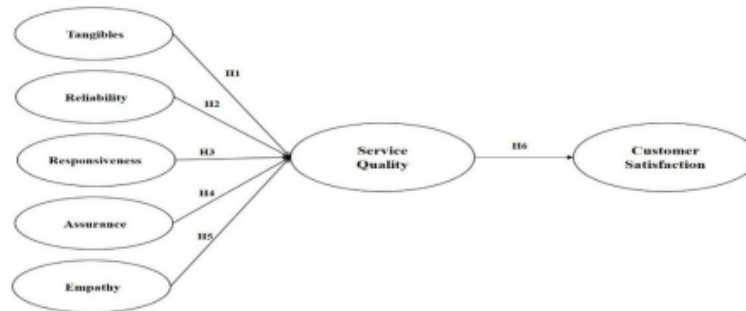


Figure 1. Theoretical Framework.

The tangibles dimension is a form of physical means used by organizations to create and do work. Supporting equipment and the appearance of employees used to serve consumers can create an impression that is easily remembered by consumers. In addition, pleasant conditions are also felt by consumers when making transactions against services produced by the company. Thus, the tangible dimension is part of the increasing condition of employees to act on time in accordance with the wishes of consumers. The better the tangibles provided by the organization, the better the service provided to consumers will be [11]. Thus, we hypothesized the following:

Hypothesis 1 (H1). *Tangibles had a significant direct effect on customer satisfaction.*

The reliability dimension is the ability and commitment possessed by employees to provide services in accordance with the agreement. The decision taken is the desire to adjust performance to customer expectations, which means the timeliness and the same service to all customers [11]. In an automotive service industry, getting a service from a reliable service provider extends the life of the car and prevents its sudden breakdown [7]. Thus, we hypothesized the following:

Hypothesis 2 (H2). *Reliability had a significant direct effect on customer satisfaction.*

Responsibility is the behavior of employees in the organization to act in time and convey information in accordance with consumer needs. The ability to respond to what is owned by employees will be positively assessed by consumers so that it can create capabilities when serving consumers. The motivation of employees to solve problems faced by customers when using the services has a positive effect on customer satisfaction [11]. Thus, we hypothesized the following:

Hypothesis 3 (H3). *Responsiveness had a significant direct effect on customer satisfaction.*

Assurance is one of the core dimensions of service quality that impacts customer satisfaction [12]. Khan et al. [12] stated that the process of acquired knowledge being showcased by staff in executing their term of preferences during service delivery can be highly assuring to customers. This gives customers the confidence that the service delivery representative will perform his/her duty professionally and ethically, encouraging the likelihood of word-of-mouth activity, especially in financial institutions [12]. Thus, we hypothesized the following:

Hypothesis 4 (H4). *Assurance had a significant direct effect on customer satisfaction.*



Farooq et al. [3] provided evidence for the fact that better quality of personnel services will significantly improve customer satisfaction level. Without empathy, customers will remain dissatisfied with service quality; therefore, empathy greatly impacts customer satisfaction [12]. Thus, we hypothesized the following:

Hypothesis 5 (H5). *Empathy had a significant direct effect on customer satisfaction.*

Service quality is one of the main determining factors of customer satisfaction. Customers are the key evaluator that plays an important role in measuring the quality of service or product [13]. To remain competitive, retain their existing customers, and attract new ones, accommodation providers generally improve their service quality and, consequently, their customer satisfaction as a key strategy [2]. The study of Baidoo, F. and Odum-Awuakye, G. A [6] showed that wide quality service gaps exist between the expectation of the customer and the mechanics operating the garage. Communication gaps, tools and equipment, lack of service standard and working procedures, and the quality of service was the quality service gaps that have influenced customer satisfaction levels [6]. They recommended that dealership centers endeavor to work in partnership with these wayside garages, offer training support and help them to come out with service standards and work procedures [6]. Thus, we hypothesized the following:

Hypothesis 6 (H6). *Overall service quality had a significant direct effect on customer satisfaction.*

2.2. Participants

A total of 256 customers from Toyota Dasmariñas-Cavite were voluntary participants in the study. They were the individuals who are regularly having their vehicle serviced or those who have past experience of having their vehicle serviced at Toyota Dasmariñas-Cavite. Table 1 shows the descriptive statistics of all the respondents.

Table 1. Descriptive Statistics of Respondents (N = 256).

Characteristics	Category	Frequency (N)	Percentage (%)
Gender	Male	157	61.3%
	Female	98	38.3%
	Prefer Not to Say	1	0.4%
Age	18–30 years old	85	33.2%
	31–45 years old	122	47.7%
	46–60 years old	47	18.3%
	60 years old and above	2	0.8%
Estimated Monthly Income	P15,000 and below	39	15.2%
	P15,001–P50,000	160	62.5%
	P50,001–P100,000	52	20.3%
	P100,001 and above	5	2%
Number of Years Owning a Toyota Vehicle	0–5 years	166	64.8%
	6–10 years	78	30.5%
	11–15 years	9	3.5%
	16–20 years	2	0.8%
	21 years and above	1	0.4%

2.3. Questionnaire

A SERVQUAL-type questionnaire was utilized in this study. It is a tool used to measure service quality using both the gap concept and service quality dimensions [13]. The SERVQUAL comprised of the five service quality dimensions, which were the tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy [14–17]. Appendix A shows the sample survey questionnaire used in this study.

2.4. Analytical Tools

Structural equation modeling (SEM) was utilized to derive the relationships between SERVQUAL dimensions and customer satisfaction. It is an advanced statistical approach designed to describe causal relationships between the latent variables construct [18–20]. It is also widely utilized in SERVQUAL-type of study [21,22].

Figure 1 shows the study’s structural equation modeling (SEM) framework. A total of 50 customer assessment items were used under service quality with 10 items each per service quality dimensions, which are the tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. In addition, a total of 10 items were used to assess customers based on customer satisfaction and future intention. These were the items customers answered to determine the effects of service quality on customer satisfaction in automotive after-sales service.

3. Result

Figure 2 represents the initial model of the current study. Based on Table 2, three paths were found not to be significant: tangibles-customer satisfaction, responsiveness-customer satisfaction, and assurance-customer satisfaction. Thus, a revised model was derived by eliminating these three paths.

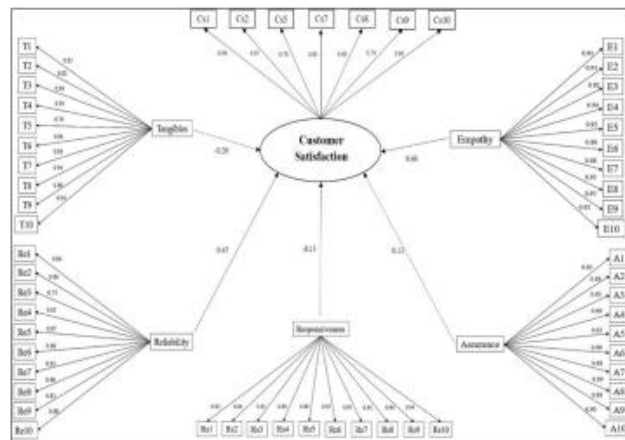


Figure 2. SEM Initial Results.

Figure 3 represents the final model of factors affecting customer satisfaction at Toyota Dasmariñas-Cavite service operation. Furthermore, an evaluation of each construct validity and composite reliability was also conducted; this was done to ensure that each set of indicators in relation to its construct accurately represents the investigated variables. In Table 3, three measures were used to test the reliability and validity of each construct. Cronbach’s α and composite reliability (CR) measures the internal consistency of the construct and average variance extracted (AVE) measures the construct validity. All values surpass the recommended value (Cronbach’s $\alpha > 0.7$, CR > 0.7 , and AVE > 0.5), implying that each construct is indeed valid and reliable. This shows that among the five SERVQUAL factors, reliability and empathy were found to have a significant relationship to the satisfaction of customers at Toyota Dasmariñas-Cavite.

Table 2. Relationship Between the Five Factors.

No	Variables	Direct Effect	p-Value	Indirect Effect	p-Value	Total Effect	p-Value
1	T → CS	-0.20	0.058	-	-	-0.20	0.058
2	Re → CS	0.45	0.006	-	-	0.45	0.006
3	Rs → CS	-0.13	0.375	-	-	-0.13	0.375
4	A → CS	0.11	0.251	-	-	0.11	0.251
5	E → CS	0.68	0.000	-	-	0.68	0.000

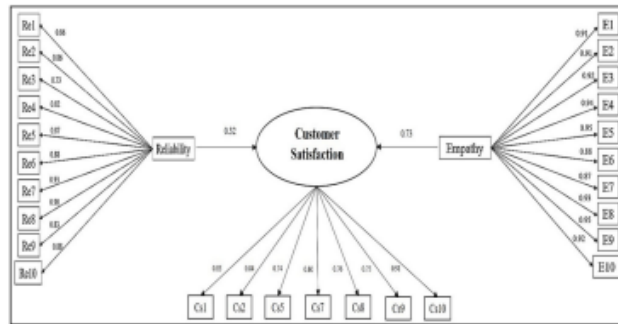


Figure 3. The Final SEM.

Table 3. Construct Reliability and Validity.

Factor	Cronbach's α	Average Variance Extracted (AVE)	Composite Reliability (CR)
Reliability	0.963	0.702	0.959
Empathy	0.982	0.829	0.980

Table 4 shows the relationship between the two hypotheses in this study. From this table, two hypotheses were shown to be significant, which was an indication of a relatively acceptable model construct. Reliability and empathy's *p*-value indicates a highly significant relationship between the two variables.

Table 4. Relationship Between the Two Hypothesis.

No	Variables	Direct Effect	p-Value	Indirect Effect	p-Value	Total Effect	p-Value
1	Re → CS	0.32	0.001	-	-	0.32	0.001
2	E → CS	0.73	0.000	-	-	0.73	0.000

As presented in Table 5, the GFI and AGFI values were 0.897 and 0.862, respectively, indicating that the model passed the minimum cut-off of the model fit [19]. In addition, the RMSEA value was 0.039, indicating that it was lower than the suggested cut-off of 0.07. IFI, TLI, and CFI values were greater than the suggested cut-off of 0.90 [20], indicating that the hypothesized construct of the specified model reflected the observed data very well [23,24].

Table 5. Goodness of Fit and Parameter Estimates.

Goodness of Fit Measures of the SEM	Parameter Estimates	Minimum Cut-Off	Recommended by
Goodness of Fit Index (GFI)	0.897	>0.80	[19]
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	0.862	>0.80	[19]
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	0.039	<0.07	[20]
Incremental Fit Index (IFI)	0.952	>0.90	[20]
Tucker Lewis Index (TLI)	0.953	>0.90	[20]
Comparative Fit Index (CFI)	0.951	>0.90	[20]

4. Discussion

In general, the study shows that two out of five factors were found to have a significant effect on customer satisfaction. Based on Figure 3, which represents the final SEM in the current study, empathy was found to have the most significant effect on satisfaction (β : 0.73). Several indicators are such as (1) service staffs understand customer needs (λ : 0.91), (2) service staffs give individual attention to the customer (λ : 0.91), (3) service staffs apologize when committing mistakes (λ : 0.92), (4) service staffs apologize when the customer requests were not done (λ : 0.94), (5) service staffs assist all customers in a caring manner (λ : 0.95), (6) convenient schedule for customers (λ : 0.88), (7) informing if there will be changes in promised time (λ : 0.87), (8) service staff's willingness to help (λ : 0.93), (9) service staff's courtesy (λ : 0.95), and (10) dealer is competent in correcting customer concerns (λ : 0.92). These results only show that customers appreciate it when they feel that they are important as a customer. They become even more satisfied if they are given prompt action and attention whenever they are availing of Toyota's service. Customers also appreciate when the service personnel apologized ahead of time if some requests cannot be done due to some reason, and if there will be any changes from the initial promised time to prevent customer disappointment. A similar study also provides evidence for empathy's significant influence on overall customer satisfaction. It was also stated that personal empathy positively contributes to service quality like in the airline industry [3].

Reliability was also found to have a significant effect on satisfaction (β : 0.22). Several indicators are such as (1) ease of arranging appointment schedule (λ : 0.86), (2) prioritization on appointment customers (λ : 0.86), (3) accommodation of walk-in customers (λ : 0.73), (4) promised time on service completion (λ : 0.82), (5) fairness on cost estimate prior to servicing (λ : 0.87), (6) vehicle cleanliness (λ : 0.88), (7) recommendations provided for customer's vehicle (λ : 0.93), (8) addressing customer vehicle concerns and requests (λ : 0.90), (9) addressing customer vehicle concerns and requests (λ : 0.83), and (10) all the discussed services were done accurately (λ : 0.88). These results indicate that most customers were satisfied with the service when the promised commitment time, estimated cost, vehicle concerns, and customer requests were achieved and done accurately. To add, vehicle cleanliness also represents the quality of service especially during vehicle turnover that makes the customers even more satisfied and makes not only the service personnel but also the servicing dealer more reliable. These findings were similar to Baber (2018) who mentioned that not every customer has good automobile knowledge, which is why they value reliable service, which has an impact on satisfaction [7]. In addition, service from a reliable service provider prolongs the vehicle's life and prevents possible breakdown.

Surprisingly, tangibles, responsiveness, and assurance were found to have no significant effects on customer satisfaction. Tangibles (β : -0.20) several indicators in this study were (1) accessibility to service entrance (λ : 0.85), (2) accessibility to the service reception area (λ : 0.82), (3) visual signs and messages for customers provided by the dealer (λ : 0.84), (4) service staff's appearance (λ : 0.91), (5) amenities (λ : 0.76), (6) state of the art equipment in-service workshop (λ : 0.84), (7) Courtesy items installed to vehicles (λ : 0.83), (8) overall service reception appearance (λ : 0.94), (9) overall service workshop appearance (λ : 0.90), and (10) overall facility appearance (λ : 0.93). This only indicates that customers have fewer

Table 5. Goodness of Fit and Parameter Estimates.

Goodness of Fit Measures of the SEM	Parameter Estimates	Minimum Cut-Off	Recommended by
Goodness of Fit Index (GFI)	0.897	>0.80	[19]
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	0.862	>0.80	[19]
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	0.039	<0.07	[20]
Incremental Fit Index (IFI)	0.952	>0.90	[20]
Tucker Lewis Index (TLI)	0.953	>0.90	[20]
Comparative Fit Index (CFI)	0.951	>0.90	[20]

4. Discussion

In general, the study shows that two out of five factors were found to have a significant effect on customer satisfaction. Based on Figure 3, which represents the final SEM in the current study, empathy was found to have the most significant effect on satisfaction (β : 0.73). Several indicators are such as (1) service staffs understand customer needs (λ : 0.91), (2) service staffs give individual attention to the customer (λ : 0.91), (3) service staffs apologize when committing mistakes (λ : 0.92), (4) service staffs apologize when the customer requests were not done (λ : 0.94), (5) service staffs assist all customers in a caring manner (λ : 0.95), (6) convenient schedule for customers (λ : 0.88), (7) informing if there will be changes in promised time (λ : 0.87), (8) service staff's willingness to help (λ : 0.93), (9) service staff's courtesy (λ : 0.95), and (10) dealer is competent in correcting customer concerns (λ : 0.92). These results only show that customers appreciate it when they feel that they are important as a customer. They become even more satisfied if they are given prompt action and attention whenever they are availing of Toyota's service. Customers also appreciate when the service personnel apologized ahead of time if some requests cannot be done due to some reason, and if there will be any changes from the initial promised time to prevent customer disappointment. A similar study also provides evidence for empathy's significant influence on overall customer satisfaction. It was also stated that personal empathy positively contributes to service quality like in the airline industry [3].

Reliability was also found to have a significant effect on satisfaction (β : 0.22). Several indicators are such as (1) ease of arranging appointment schedule (λ : 0.86), (2) prioritization on appointment customers (λ : 0.86), (3) accommodation of walk-in customers (λ : 0.73), (4) promised time on service completion (λ : 0.82), (5) fairness on cost estimate prior to servicing (λ : 0.87), (6) vehicle cleanliness (λ : 0.88), (7) recommendations provided for customer's vehicle (λ : 0.93), (8) addressing customer vehicle concerns and requests (λ : 0.90), (9) addressing customer vehicle concerns and requests (λ : 0.83), and (10) all the discussed services were done accurately (λ : 0.88). These results indicate that most customers were satisfied with the service when the promised commitment time, estimated cost, vehicle concerns, and customer requests were achieved and done accurately. To add, vehicle cleanliness also represents the quality of service especially during vehicle turnover that makes the customers even more satisfied and makes not only the service personnel but also the servicing dealer more reliable. These findings were similar to Baber (2018) who mentioned that not every customer has good automobile knowledge, which is why they value reliable service, which has an impact on satisfaction [7]. In addition, service from a reliable service provider prolongs the vehicle's life and prevents possible breakdown.

Surprisingly, tangibles, responsiveness, and assurance were found to have no significant effects on customer satisfaction. Tangibles (β : -0.20) several indicators in this study were (1) accessibility to service entrance (λ : 0.85), (2) accessibility to the service reception area (λ : 0.82), (3) visual signs and messages for customers provided by the dealer (λ : 0.84), (4) service staff's appearance (λ : 0.91), (5) amenities (λ : 0.76), (6) state of the art equipment in-service workshop (λ : 0.84), (7) Courtesy items installed to vehicles (λ : 0.83), (8) overall service reception appearance (λ : 0.94), (9) overall service workshop appearance (λ : 0.90), and (10) overall facility appearance (λ : 0.93). This only indicates that customers have fewer

expectations when it comes to overall personnel and facility appearance. They are more focused on the quality of service delivered on their vehicle and how service personnel assists and communicate with them. A previous study revealed that tangibility does not take a significant role in providing service quality as customers do not expect to have tangibility in the after-sales service [7].

Responsiveness (β : -0.13) which was also found not significant to satisfaction includes indicators such as (1) assistance provided by guards or other staffs upon entry (λ : 0.83), (2) assistance by receptionist staff at the reception area (λ : 0.84), (3) waiting time before assisted by the Service Advisor (λ : 0.85), (4) assistance by the Service Advisor (λ : 0.89), (5) service staffs respond to all customer inquiries (λ : 0.89), (6) service advisor's clarity of explanation of service (λ : 0.93), (7) clarity of explanation to service billing or charges (λ : 0.95), (8) service staffs promptly serve all customers (λ : 0.95), (9) service staffs courteousness (λ : 0.94), and (10) Overall service staff's responsiveness to customers (λ : 0.94). This also shows that customers have fewer expectations when it comes to the overall responsiveness of service personnel.

Assurance was also found to have no significant effect on customer satisfaction (β : 0.11) but a high p-value of 0.251 (Table 2). Indicators under this factor were (1) maintenance reminder for customer's upcoming service (λ : 0.85), (2) confirmation and a reminder on customer's appointment schedule (λ : 0.86), (3) vehicle check listing or inventory system upon entry (λ : 0.83), (4) informing customers when their vehicle is being serviced (λ : 0.89), (5) allowing customers to watch their vehicle being service (λ : 0.82), (6) Service Advisor's constant update on the vehicle status (λ : 0.90), (7) providing warranty on parts and service repairs (λ : 0.88), (8) returning of used parts to customers (λ : 0.89), (9) all customer concerns and requests were done (λ : 0.88), and (10) all services and requests done were explained and shown upon vehicle pick-up (λ : 0.90). These revealed that customers have less expectation on service personnel's constant communication, honesty, and transparency such as returning all valuable items to the customers, informing if the vehicle is already being serviced, and allowing them to watch to show them that all the discussed inspections are properly done. In addition, explaining all the services done to the customer and giving them a work guarantee assures them of the kind of service they received from the servicing dealer but they do not see it as a contributing factor to the overall good service quality that they expect on their vehicle.

5. Conclusions

Service quality plays an important role in customer satisfaction, particularly in automotive after-sales service. The study aimed to explore the effects of service quality dimensions on customer satisfaction at Toyota Dasmarinas-Cavite. The findings revealed that there is a significant relationship between customer satisfaction and the two dimensions reliability and empathy, while tangibility, responsiveness, and assurance seemed to have less of an effect on customers.

Today, where most people rely on their vehicle as their day-to-day service, they need to make sure that their vehicle is always safe and in good running condition, which is why they still prefer having their car serviced at an authorized service center such as at Toyota Dasmarinas-Cavite [25,26]. In return, the servicing dealer must deliver a high quality of service to meet customer expectations and achieve high customer satisfaction that can later build customer trust towards the company. With these, customer retention and loyalty can be attained by the company that can also increase the company's profit and competitive advantage.

6. Recommendations

6.1. Practical Implications

This study has several practical implications for Toyota Dasmarinas-Cavite, its employees, and the management. The findings of this study suggest that Toyota Dasmarinas-Cavite must focus more on factors such as reliability and empathy in delivering high

Appendix A

Table A1. Sample Survey Questionnaire.

I. Customer Profile						
Name (Optional): _____						
Gender: _____						
Age:						
___ 18–30 years old		___ 46–60 years old				
___ 31–45 years old		___ 61 years old and above				
Estimated Monthly Income:						
___ P15,000 and below		___ P50,001–P100,000				
___ P15,001–P50,000		___ P100,001 and above				
Number of years owning a Toyota vehicle: _____						
II. Customer Assessment based on Service Quality						
Answer the following statements by checking the column that corresponds to your answer.						
Rating Scale:						
5—Very Satisfied						
4—Somewhat Satisfied						
3—Neither Satisfied or Dissatisfied						
2—Somewhat Dissatisfied						
1—Very Dissatisfied						
Tangibles		5	4	3	2	1
1. Accessibility to service entrance.						
2. Accessibility to service reception area.						
3. Visual signs and messages for customers provided by the dealer.						
4. Service staffs appearance.						
5. Amenities (TV, WiFi, furnitures, and refreshments).						
6. State of the art equipments in service workshop.						
7. Courtesy items installed to vehicles (floor mats; steering, shifter and handbrake covers).						
8. Overall service reception appearance (service counters and waiting area).						
9. Overall service workshop appearance (equipments, tools, and working bays).						
10. Overall facility appearance (accessibility, cleanliness, ambience, etc.).						
Reliability		5	4	3	2	1
1. Ease of arranging appointment schedule.						
2. Prioritization on appointment customers.						
3. Accomodation on walk-in customers.						
4. Promised time on service completion.						
5. Fairness on cost estimate prior to servicing.						
6. Vehicle cleanliness (interior and exterior).						
7. Recommendations provided for customer’s vehicle (prior to and after service).						
8. Addressing customer vehicle concerns and requests.						
9. Service staff returns personal belongings and other valuable items.						
10. All the discussed services were done accurately.						
Responsiveness		5	4	3	2	1
1. Assistance provided by guards or other staffs upon entry.						
2. Assistance by receptionist staff at the reception area.						
3. Waiting time before assisted by the Service Advisor.						
4. Assistance by the Service Advisor.						
5. Service staffs responds to all customer inquiries.						
6. Service advisor’s clarity of explanation of service (prior to and after service).						
7. Clarity of explanation to service billing or charges.						
8. Service staffs promptly serve all customers.						
9. Service staffs courteousness.						
10. Overall service staffs responsiveness to customers.						

Assurance	5	4	3	2	1
1. Maintenance reminder for customer’s upcoming service.					
2. Confirmation and reminder on customer’s appointment schedule.					
3. Vehicle checklisting or inventory system upon entry (interior and exterior condition; valuable items left).					
4. Informing customers when their vehicle is being service.					
5. Allowing customers to watch their vehicle being service.					
6. Service Advisor’s constant update on the vehicle status.					
7. Providing warranty on parts and service repairs.					
8. Returning of used parts to customers.					
9. All customer concerns and requests were done.					
10. All services and requests done were explained and shown upon vehicle pick-up.					
Empathy	5	4	3	2	1
1. Service staffs understand customer needs.					
2. Service staffs gives individual attention to customer.					
3. Service staffs apologize when committing mistakes.					
4. Service staffs apologize when customer requests were not done.					
5. Service staffs assist all customers in a caring manner.					
6. Convenient schedule for customers.					
7. Informing if there will be changes in promised time.					
8. Service staffs willingness to help.					
9. Service staffs courtesy.					
10. Dealer is competent in correcting customer concerns.					
III. Customer Assessment based on Customer Satisfaction and Future Intention					
Answer the following statements by checking the column that corresponds to your answer.					
Rating Scale:					
5—Very Likely					
4—Somewhat Likely					
3—Neutral					
2—Somewhat Unlikely					
1—Very Unlikely					
Customer Satisfaction and Future Intention	5	4	3	2	1
1. Recommending TDM’s service to a friend or peer.					
2. Re-availment of TDM’s service.					
3. Switching to another Toyota Service left.					
4. Switching to non-Toyota or outside car service left.					
5. Recommending the service marketing staff/Service Advisor to a friend or peer.					
6. Switching to another service marketing staff/Service Advisor.					
7. Continue patronizing TDM’s services even if your vehicle is already out of warranty.					
8. Continue patronizing TDM’s services despite of price increases.					
9. Continue patronizing TDM’s services despite of minor unwanted experience.					
10. Overall satisfaction with TDM’s Service performance.					

References

- Tahanisaz, S.; Shokuhyar, S. Evaluation of passenger satisfaction with service quality: A consecutive method applied to the airline industry. *J. Air Transp. Manag.* **2020**, *83*, 101764. [CrossRef]
- Nunkoo, R.; Teeroovengadum, V.; Ringle, C.; Sunnassee, V. Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *Int. J. Hosp. Manag.* **2019**, *91*, 102414. [CrossRef]
- Farooq, M.; Salam, M.; Fayolle, A.; Jaafar, N.; Ayupp, K. Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Malaysia Airlines: A PLS-SEM Approach. *J. Air Transp. Manag.* **2018**, *67*, 169–180. [CrossRef]
- Gaiardelli, P.; Saccani, N.; Songini, L. Performance measurement of the after-sales service network—Evidence from the automotive industry. *Comput. Ind. 2007*, *58*, 698–708. [CrossRef]
- Shokuhyar, S.; Shokuhyar, S.; Safari, S. Research on the influence of after-sales service quality factors on customer satisfaction. *J. Retail. Consu. Serv.* **2020**, *56*, 102139. [CrossRef]
- Statista. Automotive Industry in the Philippines. Available online: <https://www.statista.com/statistics/1009280/philippines-automotive-companies-by-number-units-sold/> (accessed on 22 November 2020).
- Toyota. Toyota Dasmariñas-Cavite. Available online: http://www.toyotadasma.com.ph/about_us.php (accessed on 10 July 2020).
- Toyota. Toyota Motor Philippines. Available online: <https://toyota.com.ph/> (accessed on 10 July 2020).

quality of service since these are the factors most of the customers consider that affect their satisfaction.

The company must continue to provide employee pieces of training, particularly on service technicians to enhance their skills that will help the company to deliver fast and reliable service to all its customer's vehicles. This can be done by participating in all the training conducted by Toyota Dasmarias-Cavite (TDM) or can be by Toyota Motor Philippines (TMP). The dealer can schedule a quarterly training properly coordinated with the training facilitators at the TMP. The dealer can also perform a job rotation at the service workshop which can also be done quarterly for the technicians to enhance their skills and knowledge on other tasks. In this case, reliable service can be attained and will lead to customer assurance on their vehicle's good running condition and performance.

The company must also continue to conduct customer care or customer handling related training especially for the service marketing personnel who handles customer directly for them to better understand the customer needs and expectations. This can be done at least once a year. The training can also serve as an annual refresher to the employees who already had this kind of training. With these, service personnel can identify and understand the customers better; what they want and how they feel. In this case, a suitable approach can be adapted towards the customer that can make them feel more comfortable and even more satisfied not only with the service they received but also with the heartfelt treatment by the service personnel.

Lastly, the management must always continue to improve the quality of service by doing "kaizen" activities, and even turning customer feedbacks and concerns into positive input to improve the overall service quality.

6.2. Limitations and Future Research

There are some limitations needed to be considered in this study. This study only utilized the traditional five factors of the SERVQUAL tool, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. There are still other factors and tools that can consider using in this type of study thus limiting the findings of this study. Future researchers can explore these factors using the latest improved tools and models that are applicable in this type of study. The study also focuses only on one after-sales service dealer. Future studies can overcome such limitations by exploring other servicing dealers and industries.

Author Contributions: Conceptualization, J.R.B. and Y.T.P.; methodology, J.R.B.; software, Y.T.P., M.N.Y., S.F.P., B.A.M. and A.A.N.P.R.; validation, Y.T.P., M.N.Y., B.A.M., and A.A.N.P.R.; formal analysis, J.R.B.; investigation, J.R.B.; resources, J.R.B.; data curation, Y.T.P.; writing—original draft preparation, J.R.B.; writing—review and editing, M.N.Y., S.F.P., B.A.M., and A.A.N.P.R.; visualization, Y.T.P.; supervision, Y.T.P., M.N.Y., and S.F.P.; project administration, Y.T.P.; funding acquisition, Y.T.P. and M.N.Y. All authors have read and agreed to the published version of the manuscript.

Funding: This research was funded by Mapúa University Directed Research for Innovation and Value Enhancement (DRIVE).

Institutional Review Board Statement: Not applicable.

Informed Consent Statement: Informed consent was obtained from all subjects involved in the study.

Data Availability Statement: The data presented in this study are available on request from the corresponding author.

Acknowledgments: The authors would like to thank all the respondents who answered our online questionnaire.

Conflicts of Interest: The authors declare no conflict of interest.

9. Baidoo, F.; Odum-Awuakye, G.A. Assessing customer satisfaction levels in the SMES automobile vehicle maintenance and repairs service delivery system in cape coast—Ghana. *Afr. J. Appl. Res.* **2017**, *3*, 82–94.
10. Baber, H. Service quality perception of customers—A study of Toyota Motors in India. *Organ. Mark. Emerg. Econ.* **2018**, *9*, 311–323. [CrossRef]
11. Ngaliman, E.; Suharto, M. The effect of tangibles, responsiveness, and reliability on customer satisfaction of delivery services. *Int. J. Econ. Manag. Stud.* **2019**, *6*. Available online: <http://www.internationaljournalssrg.org/IJEMS/paper-details?Id=310> (accessed on 10 July 2020).
12. Johnson, E.; Karlay, J. Impact of Service Quality on Customer Satisfaction. Master's Thesis, University of Gävle, Gävle, Sweden, May 2018; p. 43.
13. Kalaja, R.; Myshketa, R.; Scalera, F. Service quality assessment in health care sector: The case of durres public hospital. *Proc. Soc. Behav. Sci.* **2016**, *235*, 557–565. [CrossRef]
14. Chatzoglou, P.; Chatzoudes, D.; Vraimaki, E.; Leivaditou, E. Measuring citizen satisfaction using the SERVQUAL approach: The case of the Hellenic Post. *Proc. Econ. Financ.* **2013**, *9*, 349–360. [CrossRef]
15. Rezaei, J.; Kothadiya, O.; Tavasszy, L.; Kroesen, M. Quality assessment of airline baggage handling systems using SERVQUAL and BWM. *Tour. Manag.* **2018**, *66*, 85–93. [CrossRef]
16. Rashid, M.H.; Nurunnabi, M.; Rahman, M.; Masud, M.A. Exploring the relationship between customer loyalty and financial performance of banks: Customer open innovation perspective. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.* **2020**, *6*, 108. [CrossRef]
17. Ijadi Maghsoodi, A.; Saghaei, A.; Hafezalkotob, A. Service quality measurement model integrating an extended SERVQUAL model and a hybrid decision support system. *Eur. Res. Manag. Bus. Econ.* **2019**, *25*, 151–164. [CrossRef]
18. Prasetyo, Y.; Castillo, A.; Salonga, L.; Sia, J.; Seneta, J. Factors affecting perceived effectiveness of COVID-19 prevention measures among Filipinos during enhanced community quarantine in Luzon, Philippines: Integrating protection motivation theory and extended theory of planned behavior. *Int. J. Inf. Dis.* **2020**, *99*, 312–323. [CrossRef] [PubMed]
19. Gefen, D.; Straub, D.; Boudreau, M. Structural equation modeling and regression; Guidelines for research practice. *Commun. Assoc. Inf. Syst.* **2000**, *4*, 7. [CrossRef]
20. Hair, J.F.; Black, W.C.; Babin, B.J.; Anderson, R.E.; Tatham, R.L. *Multivariate Data Analysis*; Pearson Prentice Hall: Upper Saddle River, NJ, USA, 2006.
21. Vatolkina, N.; Gorbashko, E.; Kamynina, N.; Fedotkina, O. E-service quality from attributes to outcomes: The similarity and difference between digital and hybrid services. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.* **2020**, *6*, 143. [CrossRef]
22. Hong, J.; Kim, B. Service quality, relationship benefit and experience value in the auto repair services sector. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.* **2020**, *6*, 30. [CrossRef]
23. Prasetyo, Y.T.; Tanto, H.; Mariyanto, M.; Hanjaya, C.; Young, M.N.; Persada, S.F.; Miraja, B.A.; Redi, A.A. Factors affecting customer satisfaction and loyalty in online food delivery service during the covid-19 pandemic: Its relation with open innovation. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.* **2021**, *7*, 76. [CrossRef]
24. Prasetyo, Y.T.; Senoro, D.B.; German, J.D.; Robielos, R.A.; Ney, F.P. Confirmatory factor analysis of vulnerability to natural hazards: A household Vulnerability Assessment in Marinduque Island, Philippines. *Int. J. Disaster Risk Reduct.* **2020**, *50*, 101831. [CrossRef]
25. Balinado, J.R.; Young, M.N. The impact of technology on service supply chain of Toyota Dasmarinas Cavite: A comparative study. In Proceedings of the 2020 7th International Conference on Frontiers of Industrial Engineering (ICFIE), Singapore, 18–20 September 2020.
26. Balinado, J.R.; Tri Prasetyo, Y. The impact of 5S lean tool to service operation: A case study in toyota dasmarinas-cavite service operations. In Proceedings of the 2020 the 6th International Conference on Industrial and Business Engineering, Macau, China, 27–29 September 2020.