

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran atas hasil penelitian yang sudah dilakukan guna menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti dan juga agar dapat memberikan wawasan serta pengetahuan bagi pembaca dan bagi penelitian berikutnya.

5.1 Kesimpulan

Bagian ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan penelitian ini. Oleh karena itu berikut kesimpulan yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan penelitian ini :

1. Berdasarkan penelitian yang diperoleh dari hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa persepsi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2. Berdasarkan penelitian yang diperoleh dari hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3. Berdasarkan penelitian yang diperoleh dari hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa persepsi kewajaran harga (*perceived price fairness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4. Berdasarkan penelitian yang diperoleh dari hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang.

5.2 Implikasi Manajerial

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa karyawan Performa Autoforia dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen pada kendaraannya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Performa Autoforia dapat mengadakan pelatihan kepada karyawan Performa Autoforia untuk dapat mengembangkan skill dan pengetahuan dalam teknis perbaikan,

perawatan, dan modifikasi mobil, agar dapat memberikan penjelasan kepada konsumen Performa Autoforia tentang perbaikan, perawatan, dan modifikasi mobil agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan bagi pelanggan Performa Autoforia

2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa penggantian produk seperti oli mesin dan suku cadang lainnya oleh Performa Autoforia memenuhi harapan pelanggan terhadap kualitas produk. Oleh karena itu, Performa Autoforia dapat meningkatkan kualitas produk dengan memberikan standar kualitas dan melakukan kontrol kualitas produk secara rutin agar pelanggan Performa Autoforia dapat menggunakan produk – produk yang berkualitas sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan Performa Autoforia.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa harga Performa Autoforia dapat diterima dibandingkan dengan bengkel lainnya. Memerhatikan kondisi pasar dengan memantau kompetitor untuk dapat mengetahui harga yang ada di pasar, sehingga Performa Autoforia dapat menyesuaikan harga dan dapat diterima oleh pelanggan Performa Autoforia untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Performa Autoforia.
4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa pelanggan akan menyebarkan informasi positif dari mulut ke mulut tentang Performa Autoforia kepada orang terdekat dari pelanggan. Oleh karena itu, Performa Autoforia dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan pengalaman yang berkesan dan membekas bagi pelanggan Performa Autoforia seperti komunikatif dengan pelanggan, memberikan kenang – kenangan yang dapat berupa plat merek yang ditempel pada produk buatan Performa Autoforia, membagikan *sticker limited edition* dengan kriteria modifikasi mobil tertentu dan memberikan penawaran – penawaran menarik bagi para pelanggan loyal Performa Autoforia untuk dapat menarik minat pelanggan dan informasi tersebut

dapat disebarluaskan oleh pelanggan kepada lingkungan terdekat mereka agar melakukan pembelian di Performa Autoforia.

5. Berdasarkan penelitian dan hasil olah data yang telah dilakukan, konsumen dapat memerhatikan kualitas layanan, kualitas produk, dan kewajaran harga dari bengkel yang akan dipilih sebagai tempat perawatan, perbaikan, dan penggantian suku cadang mobil konsumen. Dengan memerhatikan hal tersebut, konsumen dapat merasa puas dan memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada bengkel yang dipilih oleh konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu penelitian persepsi kualitas produk tidak membatasi kategori produk dan menilai kualitas produk secara umum yang dijual di Performa Autoforia. Dengan tidak adanya kategori produk tersebut, tidak dapat dipisahkan antara aksesoris mobil, suku cadang, dan produk untuk modifikasi. Tidak dapat diukur produk mana yang memiliki kualitas yang baik ataupun produk yang memiliki kualitas yang buruk.
2. Terbatasnya jenis mobil yang dapat ditangani oleh Performa Autoforia juga menjadi keterbatasan dalam penelitian ini. Seluruh pelanggan Performa Autoforia yang menjadi responden pada penelitian ini melakukan perbaikan, perawatan, penggantian suku cadang, dan modifikasi di Performa Autoforia adalah pengguna mobil bermesin diesel. Mobil diesel yang populer dan banyak digunakan di Indonesia adalah mobil keluaran pabrikan Toyota, Mitshubishi, dan Izuzu. Akibatnya cakupan dari penelitian ini kurang luas dan kurang dapat diterapkan secara umum.

5.4 Saran Penelitian Kedepan

1. Penelitian yang menggunakan variabel persepsi kualitas produk, dapat menambahkan indikator kategori produk agar dapat menilai lebih lanjut mengenai klasifikasi dan penilaian kualitas produk secara mendalam dan objektif.

2. Penelitian yang menggunakan objek dan subjek penelitian yang serupa dapat memperluas cakupan penelitian dengan mengumpulkan lebih banyak sampel dari berbagai jenis mobil, tidak hanya mobil diesel, dan dari bengkel yang berbeda agar dapat diterapkan secara umum.



DAFTAR PUSTAKA

- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. L. (2019). Assessing the effects of service quality on customer satisfaction. *Management Science Letters*, 9(1), 13–24. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.11.004>
- Asma Saleem, B., Ghafar, A., Ibrahim, M., Yousuf, M., Ahmed, N., Saleem α , A., Ghafar σ , A., Ibrahim ρ , M., & Yousuf ω , M. (2015). Product Perceived Quality and Purchase Intention with Consumer Satisfaction. *Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal Publisher: Global Journals Inc*, 15.
- Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul Aiman, M., & Hasda, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. <http://penerbitzaini.com>
- Firdaus, M. F., & Himawati, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 216–230. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5259>
- Ge, Y., Yuan, Q., Wang, Y., & Park, K. (2021). The structural relationship among perceived service quality, perceived value, and customer satisfaction-focused on starbucks reserve coffee shops in Shanghai, China. *Sustainability (Switzerland)*, 13(15). <https://doi.org/10.3390/su13158633>
- Ghariez, M., Waskitha, A., Abdurachman, U., Situbondo, S., Hamdun, E. K., Universitas, A., & Saleh, S. E. (2023). Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang yang dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Asembagus Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 2(4), 808–822.
- Herdioko, J., & Luwiska, V. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. <https://www.bps.go.id>

- Irwanto, M. R., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh kepuasan konsumen dan promosi terhadap niat pembelian ulang konsumen shopee saat pandemi. In *Jurnal Paradigma Ekonomika* (Vol. 17, Issue 2).
- Ismoyo, N. B., Djumilah Hadiwidjojo, Fatchur Rahman, & Mintarti Rahayu. (2017). Service Quality Perception's Effect on Customer Satisfaction and Repurchase Intention. *European Business & Management*, 3(3), 37. <https://doi.org/10.11648/j.ebm.20170303.11>
- Janna, N. M. (2021). *Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*.
- Kuncoro, H. (2023). *Statistika deskriptif untuk analisis ekonomi*. Bumi Aksara.
- Maulidiah, E. P., Survival, & Budiantono, B. (2023). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan*. 2(3).
- Mensah, I., & Mensah, R. D. (2018). Effects of service quality and customer satisfaction on repurchase intention in restaurants on University of Cape Coast campus. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(1), 27–36. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1247542>
- Noerdjanah, N. , Wahyu, A., & Sugiono, S. . (2020). *Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation*.
- Nugraha, R., & Wiguna, D. L. (2021). The Influence Of Product Quality, Perceived Value, Price Fairness, Ewom, And Satisfaction Towards Repurchase Intention At Xing Fu Tang. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 07(01). <https://doi.org/10.34203/jimfe.v7i1.3156>
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). *Faktor - Faktor yang Memengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga, dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen)*. 3(5). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Praktis, S., Pemula, B. P., Pendamping, B., & Skripsi, B. (2016). *Riset Komunikasi: Surokim Diterbitkan oleh: Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi, FISIB-UTM & Aspikom Jawa Timur*.

- Pramudita, D. T. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS*.
- Prasetya, Y. E., & Sianturi, J. (2019). Customer repurchase intention in service business: a case study of car repair service business. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 2(8), 18–34. <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2019-2/08-02>
- Retnawati, H. (2017). *Teknik Pengambilan Sampel*.
- Virena, R. A., & Renwarin, J. M. J. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli dengan Kualitas Pelayanan sebagai Moderator (Vol. 8, Issue 3).
- Sekaran U, B. R. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*.
- Swarjana, I. K. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.
- Taufan, S., Earlene Putri Santoso, A., & STMI Jalan Jl Letjen, P. (2023). Penerapan Aplikasi Elektronik Kualitas Layanan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. In *Jurnal Sains dan Teknologi* (Vol. 10, Issue 02).
- Tj, H. W., Tecoalu, M., & Ferryday. (2022). *The Role Of Customer Satisfaction In Mediation The Influence Of Brand Image And Price On Repurchasing Interest*. www.oto.com
- Tjiptono, F. (2019). Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, 103.
- Tri Basuki, A. (2015). *Analisis Statistik dengan SPSS*.
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN*, 17(2), 172–186. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.172-186>
- Yani Balaka, M., & Abyan, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. www.penerbitwidina.com

- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2559. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>
- Yusuf, M. A., Abraham, A., Rukmana, H., Negeri Makassar, U., P Pettarani, J. A., Rappocini, K., Makassar, K., & Selatan, S. (2024). Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda Beserta Penerapannya. *Journal on Education*, 06(02).



LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar

Haii, Perkenalkan nama saya Marcellino Surya Atmadja mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir skripsi. Pada kesempatan kali ini, saya melakukan penelitian tentang Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan, Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Kewajaran Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Pembelian Ulang. Besar harapan saya untuk Saudara/i dapat mengisi kuesioner penelitian ini.

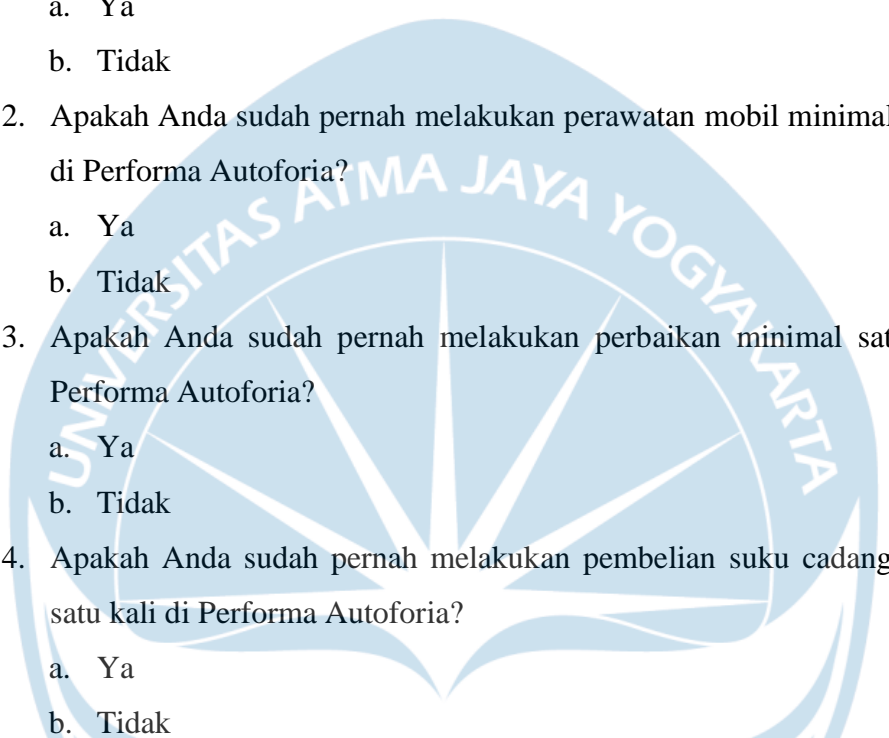
Adapun kriteria responden sebagai berikut :

1. Konsumen Performa Autoforia yang sudah pernah melakukan pembelian produk minimal satu kali di Performa Autoforia.
2. Konsumen Performa Autoforia yang sudah pernah melakukan perawatan mobil minimal satu kali di Performa Autoforia.
3. Konsumen Performa Autoforia yang sudah pernah melakukan perbaikan minimal satu kali di Performa Autoforia.
4. Konsumen Performa Autoforia yang sudah pernah melakukan pembelian suku cadang di Performa Autoforia.

Seluruh data yang dikumpulkan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas kesediaan Saudara/i mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

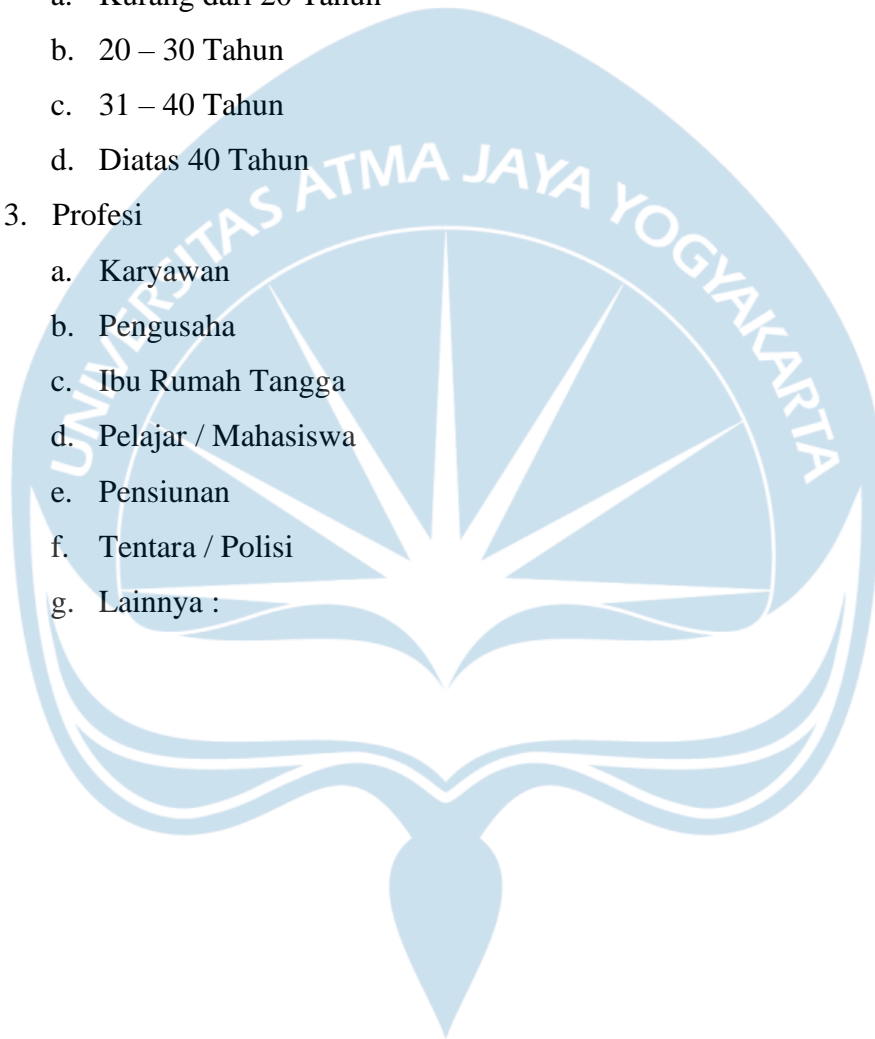
Lampiran 2 Pertanyaan Kuesioner

Pertanyaan Filter

1. Apakah Anda sudah pernah melakukan pembelian produk minimal satu kali di Performa Autoforia?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 2. Apakah Anda sudah pernah melakukan perawatan mobil minimal satu kali di Performa Autoforia?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 3. Apakah Anda sudah pernah melakukan perbaikan minimal satu kali di Performa Autoforia?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 4. Apakah Anda sudah pernah melakukan pembelian suku cadang minimal satu kali di Performa Autoforia?
 - a. Ya
 - b. Tidak
- 
- The image contains a large, light blue watermark logo of Universitas AIMA Jaya Yogyakarta. The logo is circular with a stylized sunburst or fan-like design in the center. The text "UNIVERSITAS AIMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle around the top of the logo.

Profil Responden

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan
2. Usia
 - a. Kurang dari 20 Tahun
 - b. 20 – 30 Tahun
 - c. 31 – 40 Tahun
 - d. Diatas 40 Tahun
3. Profesi
 - a. Karyawan
 - b. Pengusaha
 - c. Ibu Rumah Tangga
 - d. Pelajar / Mahasiswa
 - e. Pensiunan
 - f. Tentara / Polisi
 - g. Lainnya :



Persepsi Kualitas Layanan

1. Karyawan Performa Autoforia selalu memberikan pelayanan perawatan mobil yang berkualitas pada pelanggan.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
2. Karyawan Performa Autoforia menunjukkan respon yang baik terhadap permintaan pelanggan saat melakukan perawatan mobilnya.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
3. Pelanggan sangat yakin dengan pelayanan perawatan mobil yang diberikan oleh Performa Autoforia.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
4. Karyawan Performa Autoforia menunjukkan kepeduliannya kepada pelanggan saat melakukan perawatan mobilnya.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
5. Karyawan Performa Autoforia selalu memahami permasalahan mobil yang dihadapi oleh pelanggan.
 - a. Sangat Tidak Setuju

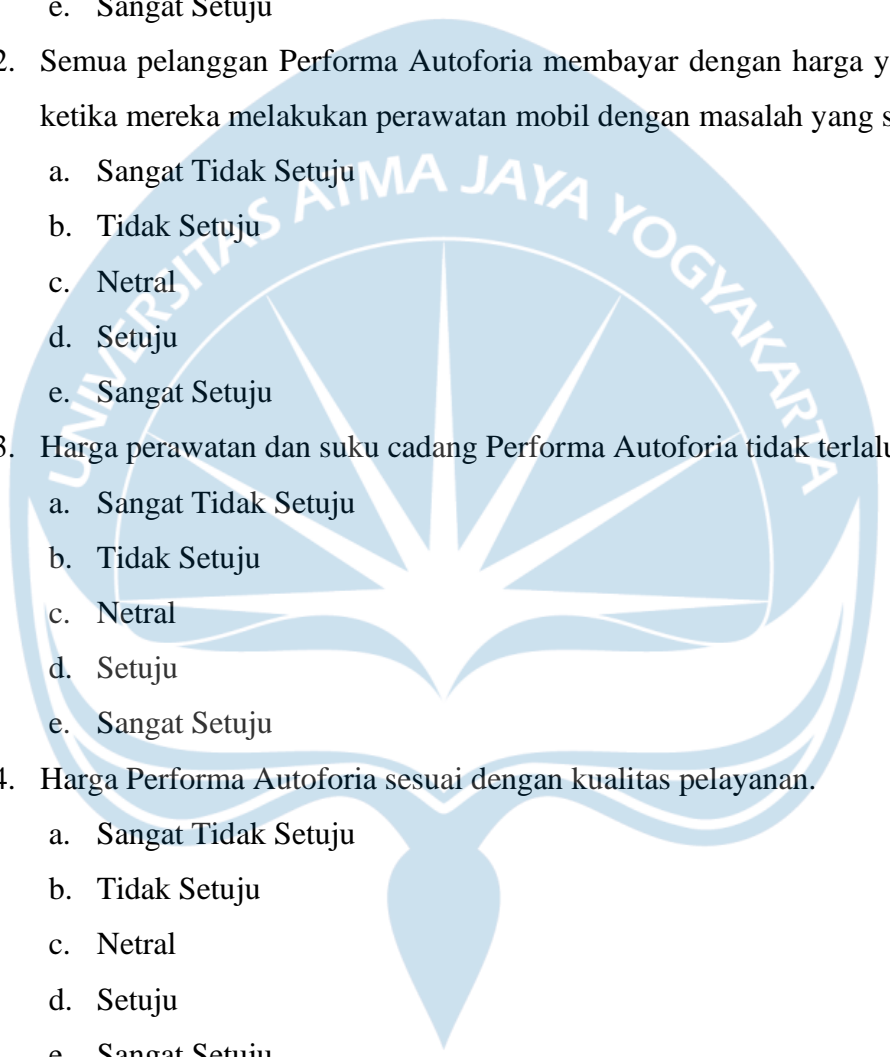
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat Setuju

Persepsi Kualitas Produk

1. Produk Performa Autoforia memiliki performa terbaik.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
2. Performa Autoforia selalu mengganti suku cadang dengan suku cadang yang berkualitas terbaik.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
3. Penggantian produk seperti oli mesin dan suku cadang lainnya oleh Performa Autoforia memenuhi harapan pelanggan terhadap kualitas produk.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

Persepsi Kewajaran Harga (*Perceived Price Fairness*)

1. Harga di Performa Autoforia masuk akal.

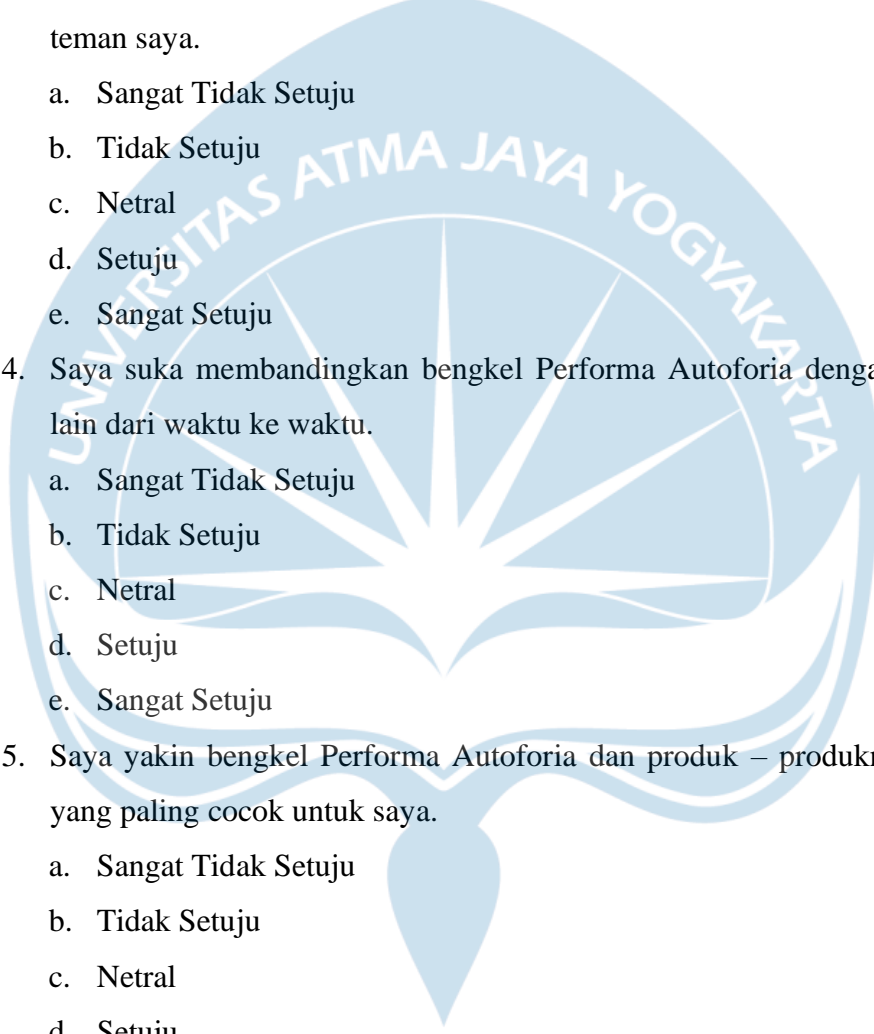
- 
- a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
2. Semua pelanggan Performa Autoforia membayar dengan harga yang sama ketika mereka melakukan perawatan mobil dengan masalah yang sama.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
 3. Harga perawatan dan suku cadang Performa Autoforia tidak terlalu mahal.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
 4. Harga Performa Autoforia sesuai dengan kualitas pelayanan.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
 5. Harga Performa Autoforia dapat diterima dibandingkan dengan bengkel lainnya.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

Kepuasan Pelanggan

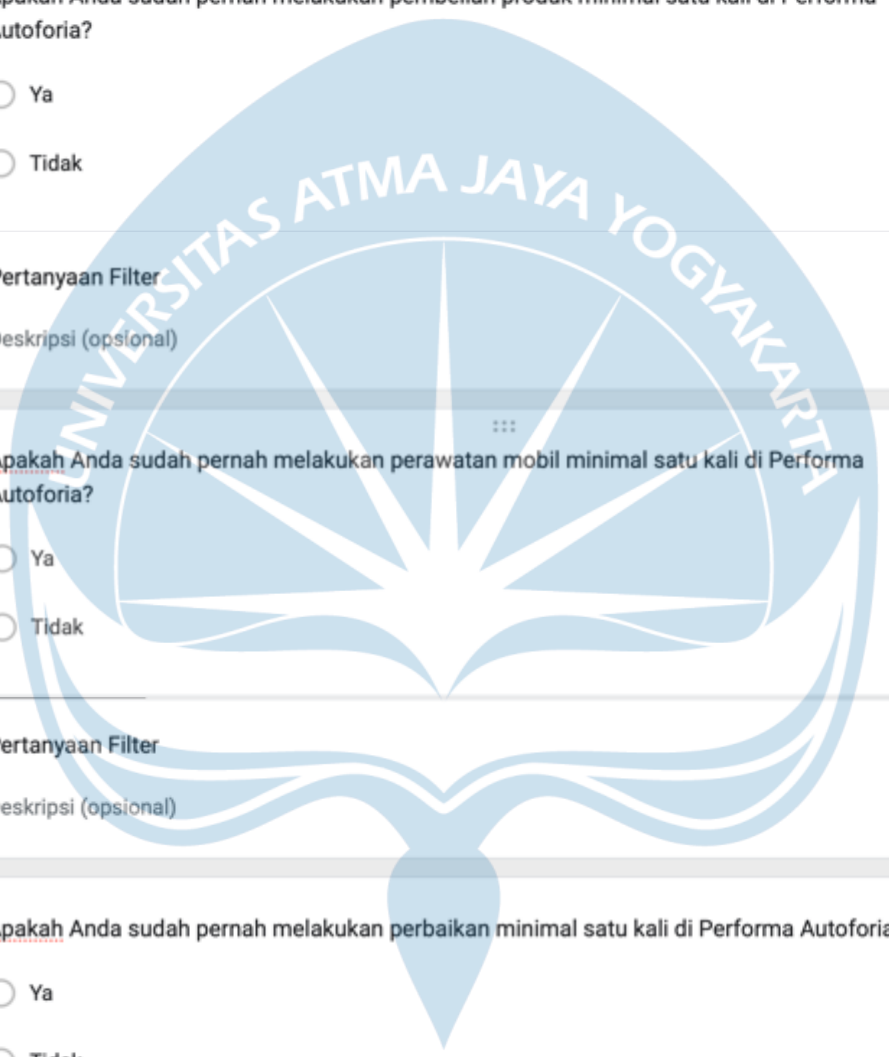
1. Saya sangat puas dengan kinerja Performa Autoforia secara keseluruhan.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
2. Saya yakin bahwa saya telah mengambil keputusan yang baik dalam memilih Performa Autoforia.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
3. Saya akan menyebarkan informasi positif dari mulut ke mulut tentang Performa Autoforia kepada saudara dan teman saya.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

Niat Pembelian Ulang

1. Saya berniat untuk kembali menggunakan bengkel Performa Autoforia.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
2. Saya mencari informasi tentang bengkel Performa Autoforia waktu ke waktu.
 - a. Sangat Tidak Setuju

- 
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat Setuju
3. Saya selalu membicarakan bengkel Performa Autoforia dengan teman – teman saya.
- a. Sangat Tidak Setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat Setuju
4. Saya suka membandingkan bengkel Performa Autoforia dengan bengkel lain dari waktu ke waktu.
- a. Sangat Tidak Setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat Setuju
5. Saya yakin bengkel Performa Autoforia dan produk – produknya adalah yang paling cocok untuk saya.
- a. Sangat Tidak Setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat Setuju

Lampiran 3 Kuesinoer Google Form



Pertanyaan Filter >> ⋮
Deskripsi (opsional)

Apakah Anda sudah pernah melakukan pembelian produk minimal satu kali di Performa Autoforia? *

Ya

Tidak

Pertanyaan Filter >> ⋮
Deskripsi (opsional)

Apakah Anda sudah pernah melakukan perawatan mobil minimal satu kali di Performa Autoforia? *

Ya

Tidak

Pertanyaan Filter >> ⋮
Deskripsi (opsional)

Apakah Anda sudah pernah melakukan perbaikan minimal satu kali di Performa Autoforia? *

Ya

Tidak

Pertanyaan Filter



Deskripsi (opsional)



Apakah Anda sudah pernah melakukan pembelian suku cadang minimal satu kali di Performa Autoforia? *

- Ya
- Tidak

Profil Responden



Deskripsi (opsional)

Jensi Kelamin *

- Laki - Laki
- Perempuan

Usia *

- Kurang dari 20 Tahun
- 20 - 30 Tahun
- 31 - 40 Tahun
- Lebih dari 40 Tahun

Profesi *

- Karyawan
- Pengusaha
- Ibu Rumah Tangga
- Pelajar / Mahasiswa
- Pensiunan
- Tentara / Polisi
- Lainnya...

Persepsi Kualitas Layanan

Deskripsi (opsional)

Karyawan Performa Autoforia selalu memberikan pelayanan perawatan mobil yang berkualitas pada pelanggan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Karyawan Performa Autoforia menunjukkan respon yang baik terhadap permintaan pelanggan saat melakukan perawatan mobilnya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

...

Pelanggan sangat yakin dengan pelayanan perawatan mobil yang diberikan oleh Performa Autoforia. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Karyawan Performa Autoforia menunjukkan kepeduliannya kepada pelanggan saat melakukan perawatan mobilnya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Karyawan Performa Autoforia selalu memahami permasalahan mobil yang dihadapi oleh pelanggan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Persepsi Kualitas Produk >< ⋮

Deskripsi (opsional)

⋮

Produk Performa Autoforia memiliki performa terbaik. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Performa Autoforia selalu mengganti suku cadang dengan suku cadang yang berkualitas baik. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Penggantian produk seperti oli mesin dan suku cadang lainnya oleh Performa Autoforia memenuhi harapan pelanggan terhadap kualitas produk. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Persepsi Kewajaran Harga



Deskripsi (opsional)

Harga di Performa Autoforia masuk akal. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Semua pelanggan Performa Autoforia membayar dengan harga yang sama ketika mereka melakukan perawatan mobil dengan masalah yang sama. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Harga perawatan dan suku cadang Performa Autoforia tidak terlalu mahal. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Harga Performa Autoforia sesuai dengan kualitas pelayanan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

⋮

Harga Performa Autoforia dapat diterima dibandingkan dengan bengkel lainnya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kepuasan Pelanggan



Deskripsi (opsional)

Saya sangat puas dengan kinerja Performa Autoforia secara keseluruhan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya yakin bahwa saya telah mengambil keputusan yang baik dalam memilih Performa Autoforia. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya akan menyebarkan informasi positif dari mulut ke mulut tentang Performa Autoforia kepada saudara dan teman saya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Niat Pembelian Ulang ✕ ⋮

Deskripsi (opsional)

Saya berniat untuk kembali menggunakan bengkel Performa Autoforia. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya mencari informasi tentang bengkel Performa Autoforia waktu ke waktu. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya selalu membicarakan bengkel Performa Autoforia dengan teman – teman saya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

⋮

Saya suka membandingkan bengkel Performa Autoforia dengan bengkel lain dari waktu ke waktu. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya yakin bengkel Performa Autoforia dan produk – produknya adalah yang paling cocok untuk saya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Lampiran 4 Kuesioner Jurnal Acuan

Measurement of Independent Variables

The study applied multi-items (instrument) scales to measure the model construct. Every variable was tested using three to five instruments with the following detail:

The measurement of perceived service quality (PSQ) was derived from the study by Soon et al. (2014). The existing instrument was considered suitable since it was dedicated for automobile industry which was in line with the objective of this study. Five instruments were questioned to capture as much as possible the spectrum of PSQ with the following list of questionnaire:

- Employees of Toyota garage always perform good quality car service to their customers
- Employees of Toyota garage show their high responsiveness towards customers' request when servicing their car
- Customers are very confident with the car service provided by Toyota
- Employees of Toyota garage show their caring to the customers when servicing their car
- Employees of Toyota garage always understand the car problems that the customers faced and able to solve the problems in time.

The second variable is perceived product quality (PPQ), in which the researchers measured the customers' point of view before purchasing the product, using the adopted instrument from the previous study (Stylidis et al., 2015). The PPQ was measured based on three major components which are related to visual quality, feeling quality, and overall performance. The overall questionnaire instrument was a combination of the studies by Stylidis et al. (2015) and Soon et al. (2014) with the following list of questionnaires:

- Toyota's products have the best performance
- Toyota garage always replaces the spare-part with a good quality spare-part.
- Product replacement such as oil machine and other spare parts by Toyota garage fulfill the customer expectation on product quality.

The instrument to measure the perceived price fairness was an adopted instrument used by previous researchers (Hermann et al., 2007 and Soon et al., 2014) which is intended to measure a relative comparison of product or service price with other competitors in the same environment. The construct was build based on fivequestionnaire instruments as follows:

- The price of Toyota service garage is reasonable

24

Yafet Eka Prasetya and Julfree Sianturi (2019). "Customer repurchase intention in service business: a case study of car repair service business", *Management and entrepreneurship: trends of development*, 2 (08), pp. 18-34. doi: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2019-2-08-02>

- All customers pay the same price when they maintain their car in the same city with the same problem
- Toyota service garage and spare part is not overpriced.
- The price of Toyota service garage is in accordance with the quality of the service
- The price of Toyota service garage is acceptable compare to other service garages

Measurement of Dependent Variables

Customer satisfaction was measured by adopting instrument which was developed by Soon et al. (2014) with the main focus questionnaire on overall satisfaction performance, and willingness to spread positive word of mouth advertisement, the questionnaires were listed below:

- I am very satisfied with overall performance of Toyota garage
- I believe that I make a good decision in using Toyota service garage
- I will spread positive word of mouth about Toyota service garage to my relatives and friends.

The variable of repurchase intention as the final dependent variable to be tested measured the customer intention to use the same service repeatedly. The instrument used in this study was an adopted version of Rahman et al. (2014) and Soon et al. (2014) focusing on the intention of the customers to repeat the use of the service :

- I intent to return to use Toyota service garage
- I search for information about Toyota service garage from time to time
- I always talk about Toyota service garage with my friends
- I like to compare Toyota service garage to other brands from time to time
- I believe that Toyota garage and its products are the most suitable for me.