

**THE IMPACT OF SERVICE QUALITY ON THE REPURCHASE OF CAR SPARE
PART AT CV. XYZ MOTOR BANDUNG**

**DAMPAK KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG
SPAREPART MOBIL DI CV. XYZ MOTOR BANDUNG**

Helmawati¹ , Tiris Sudrartono²

Politeknik Piksi Ganesha^{1,2}

helmawati73@gmail.com¹ , Tiris.sudrartono@gmail.com²

ABSTRACT

The study aimed to find out the impact of service quality on the repurchase of car spare part at CV. Xyz Motor Bandung. The method used was a quantitative method with a descriptive type of research. The data obtained through questionnaire distributed to 91 people. In addition, the data analysis technique used was normality test using histogram graph and hypothesis test using t test. Based on the data obtained from the result of the study using SPSS V 23, it could be concluded that $t_{count} > t_{table}$ ($11.950 > 1.660$) with a significant level of $0.00 < 0.05$. Moreover, service quality was in a very good level with a percentage of 95.6% and the repurchase is in very good level with a percentage of 91.91%.

Keywords: *Service Quality, Repurchase*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Sparepart Mobil Di CV. Xyz Motor Bandung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 91 orang. Teknik analisis data yang digunakan uji normalitas menggunakan grafik histogram dan uji hipotesis menggunakan uji t. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian menggunakan SPSS V.23 disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} adalah sebesar $11,950 > t_{tabel}$ $1,660$ dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$, dengan Tingkat Kualitas Pelayanan hasil penelitian Sangat Baik dengan persentase sebesar 95,6% dan Tingkat Pembelian Ulang hasil penelitian Sangat Baik dengan presentase sebesar 91,91%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Pembelian Ulang

PENDAHULUAN

Industri otomotif di Indonesia telah menjadi sebuah pilar penting dalam sector manufaktur negara ini banyak perusahaan mobil yang terkenal di dunia membuka pabrik manufaktur mobil untuk meningkatkan kapasitas produksi di Indonesia. Namun, menurut beberapa seorang penggemar otomotif

Indonesia menjadi transisi yang luar biasa, karena berubahnya menjadi tempat produksi otomotif untuk di ekspor ke beberapa negara di benua Asia Tenggara. Namun Indonesia menjadi industri manufaktur mobil tersebar di asia tenggara setelah Thailand yang menguasai sekitar 50% dari produksi mobil di wilayah ASEAN.

Pemerintah Indonesia bertekad untuk mengubah Indonesia menjadi pusat produksi global untuk manufaktur mobil dan ingin melihat produsen-produksi mobil yang besar untuk mendirikan pabrik di Indonesia karena negara ini sangat optimis untuk menggantikan Thailand sebagai pusat produksi otomotif di Asia Tenggara. Saat ini, Thailand mengontrol untuk konteks penjualan di wilayah ASEAN sekitar 45 % sementara Indonesia sebesar 34 %.

Sebenarnya ada hubungan antara penjualan mobil dan pertumbuhan ekonomi ketika pertumbuhan PDB mendorong daya beli masyarakat sementara kepercayaan diri konsumen sangat kuat. Pada masa kurang jelasnya pertumbuhan ekonomi mengenai situasi keuangan pribadi di masa mendatang masyarakat cenderung menunda membeli barang-barang yang relatif mahal seperti mobil.

Kendaraan pribadi (mobil) sebagai sarana transportasi menjadi semakin penting bagi kehidupan manusia saat ini. Aktivitas yang padat dan banyaknya tempat yang harus dituju setiap harinya mendorong manusia untuk memiliki kendaraan yang cepat dan nyaman untuk digunakan. Pembelian kendaraan pribadi seperti mobil, harus didukung oleh perawatan yang baik agar tidak mudah rusak dan tetap memberikan kenyamanan ketika digunakan.

Ketika pelanggan telah membeli suatu barang pelanggan tidak hanya melihat kualitas dari produknya saja tetapi pelanggan juga memperhatikan bagaimana cara perawatan dari kendaraan tersebut, apakah perawatan yang dilakukan sulit atau tidak, kemudian pelanggan pun memperhatikan ketersediaan sparepart dari kendaraan tersebut apakah sparepartnya mahal dan sulit dicari atau

tidak, kemudian ketika pelanggan akan melakukan perbaikan kendaraannya apakah bengkel yang tersedia banyak dan mudah di cari atau tidak, ketika semua itu terpenuhi maka niatan pelanggan untuk membeli produk tersebut di kemudian hari akan semakin tinggi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bapak Febri P., bahwa tingkat pertumbuhan permintaan akan sparepart mobil cenderung stabil per tahunnya. Sparepart yang sering mengalami kerusakan diantaranya pada dudukan mesin dan transmisi mobil. Sparepart dudukan mesin dan transmisi mobil merupakan consumable component yang usia pemakaiannya kurang dari satu tahun sehingga produk tersebut mempunyai tingkat pemesanan yang tinggi. Menurut para pengusaha spare part mobil, usia pemakaian produk tersebut sekitar 4 bulan sampai dengan 5 bulan. Dalam memasarkan produk spare part dudukan mesin dan transmisi mobil ini, biasanya para pengusaha bekerjasama dengan beberapa distributor. Selanjutnya pihak distributor akan memasarkan spare part mobil tersebut ke konsumen. Untuk memenuhi permintaan pasar akan spare part dudukan mesin dan transmisi mobil yang tinggi, diperlukan para pengusaha yang memproduksi spare part mobil tersebut. Para pengusaha ini selanjutnya diharapkan mampu memenuhi permintaan baik dari segi kuantitas maupun kualitas

Semakin banyaknya masyarakat yang memiliki mobil dan tingginya angka kendaraan roda empat di kota Bandung, menjadikan peluang usaha baru seperti pengadaan sparepart mobil (supplier mobil) salah satunya di perusahaan CV. Xyz Motor Bandung yang terletak di daerah kota Bandung dan berdiri sejak Januari 2005 merupakan bidang usaha yang bergerak

dibidang pengadaan barang sparepart kendaraan (General Supplier Spareparts) dengan berbagai merk mobil local dan Build Up seperti : Toyota, Honda, Suzuki, Daihatsu, Nissan, isuzu, mitsubishi, Mercedes, BM W, Chevrolet, mazda, Hyundai, dan lain-lain. Mengutamakan

Original Part/Genuine Part dan memberikan pelayanan yang berfokus pada kepuasan pelanggan, selalu menggunakan harga price list dalam setiap penjualan part, membantu menjawab estimasi sparepart yang diperlukan yaitu berupa nomor sparepart dan harga Price List, untuk itu kami menyediakan Staff Estimator yang siap membantu. CV Xyz Motor Bandung telah menjadi rekanan dan bekerja sama dengan beberapa asuransi dan bengkel-bengkel dalam hal pengadaan sparepart. Jangkauan pengiriman sparepart meliputi wilayah Bandung, Jawa Barat dan Jawa Tengah. Untuk pengiriman luar kota menggunakan jasa ekspedisi atau dikirim langsung oleh driver kami (biaya ekspedisi menjadi tanggungan pihak asuransi).

Data bahwa penjualan sparepart mobil di CV. Xyz Motor Bandung pada tahun 2020 pada bulan februari mengalami penurunan penjualan menjadi Rp. 407,316,334,- dengan persentase pendapatan sebesar -11% dari bulan sebelumnya, lalu pada bulan maret mengalami sedikit kenaikan kembali sebesar Rp. 441,530,476,- dengan persentase sebesar 8%, lalu pada bulan april mengalami penurunan penjualan menjadi Rp. 201,028,267,- dengan persentase sebesar -54% dari bulan sebelumnya, lalu pada bulan mei mengalami penurunan penjualan kembali menjadi Rp. 137,456,095,- dengan persentasi sebesar -32% dari bulan sebelumnya, lalu pada bulan juni mulai ada kenaikan pendapatan kembali

menjadi Rp. 291,362,561,- dengan persentase sebesar 112% dari bulan sebelumnya, lalu pada bulan juli penjualan sparepart mobil mengalami kenaikan lagi menjadi Rp. 320,746,240,- dengan persentase sebesar 10% dari bulan sebelumnya, lalu pada bulan agustus penjualan mengalami kenaikan kembali menjadi Rp. 359,656,352,- dengan persentasi sebesar 12% dari bulan sebelumnya, lalu pada bulan September penjualan mengalami penurunan menjadi Rp. 276,021,118,- dengan persentase sebesar 23% dari bulan sebelumnya, lalu pada bulan oktober penjualan mengalami penurunan kembali menjadi Rp. 216,253,320,- dengan persentase sebesar 22% dari bulan sebelumnya, lalu pada bulan November penjualan mengalami kenaikan menjadi Rp. 332,762,342,- dengan persentase sebesar 54% dari bulan sebelumnya, lalu pada bulan desember penjualan mengalami penurunan kembali menjadi Rp. 231,858,543,- dengan persentase sebesar 30% dari bulan sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah tata cara, langkah, atau prosedur yang ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan penelitian yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Seperti yang diungkapkan Sugiyono (2018, hlm. 2) yang menjelaskan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Ilmiah berarti kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yakni rasional, empiris, dan sistematis seperti yang telah ditelusuri dalam Filsafah ilmu.

Rasional berarti bahwa kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Sementara empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu

dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan. Selanjutnya, sistematis maksudnya adalah proses yang digunakan dalam penelitian yang menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis. Adapun sampel yang digunakan peneliti adalah sebanyak 91 pelanggan dari 1.006 pelanggan yang melakukan pembelian ulang produk sparepart mobil di CV.Xyz Motor Bandung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini penulis menggunakan Teknik Pengumpulan Data Kuesioner menurut (Sugiyono, 2010) kuesioner teknik pengumpulan data dengan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya, (Sugiyono, 2012) menjelaskan bahwa "Teknik Pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data". Untuk mengolah data yang di dapat dari hasil angket yang telah dijawab oleh responden maka diberi angka atau skala yang dipakai untuk pengukuran yaitu skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal social (Sugiyono, 2014).

Kesimpulannya bahwa analisis data merupakan kegiatan setelah data dan seluruh responden terkumpul, kemudia data tersebut dikelompokan berdsarkan variabel dan jenis responden yang disajikan menurut variabel yang diteliti. Serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas X

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	P1	0.406	0.270	Valid
	P2	0.547	0.270	Valid
	P3	0.626	0.270	Valid
	P4	0.740	0.270	Valid
	P5	0.856	0.270	Valid
	P6	0.594	0.270	Valid
	P7	0.659	0.270	Valid
	P8	0.764	0.270	Valid
	P9	0.752	0.270	Valid
	P10	0.722	0.270	Valid
	P11	0.806	0.270	Valid
	P12	0.613	0.270	Valid
	P13	0.808	0.270	Valid
	P14	0.643	0.270	Valid
	P15	0.752	0.270	Valid

Sumber : data yang diolah penulis menggunakan SPSS V.23, 2021

Sesuai dengan ketentuan yang sudah dijelaskan di metode penelitian mengenai syarat suatu variabel dikatakan valid yaitu dengan minimum = 0,3 atau nilai rhitung > rtabel maka dikatakan valid Jadi jika dibandingkan dengan tabel dengan ketentuan tersebut maka variabel X (Kualitas Pelayanan) pernyataan 1 sampai 15 dikatakan valid dan dapat digunakan data kuesioner.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Y

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pembelian Ulang (Y)	P1	0.593	0.270	Valid
	P2	0.766	0.270	Valid
	P3	0.773	0.270	Valid
	P4	0.784	0.270	Valid
	P5	0.809	0.270	Valid
	P6	0.694	0.270	Valid

Sumber: data yang diolah penulis menggunakan SPSS V.23, 2021

Sesuai dengan ketentuan yang sudah dijelaskan di metode penelitian mengenai syarat suatu variabel dikatakan valid yaitu dengan minimum = 0,3 atau nilai rhitung > rtabel maka dikatakan valid. Jadi jika dibandingkan dengan diatas dengan ketentuan tersebut maka variabel Y (Pembelian Ulang)

pernyataan 1 sampai 6 dikatakan valid dan dapat digunakan data Kuesioner

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.938	15

Sumber : data yang diolah penulis menggunakan SPSS V.23, 2021

Sesuai dengan ketentuan yang sudah dijelaskan mengenai dasar pengambilan keputusan suatu data dikatakan andal atau reliabel jika menggunakan rumus cronbach's alpha yaitu nilainya $>0,6$. jadi jika dibandingkan dengan tabel diatas maka hasil uji reliabilitas variabel X dengan seluruh item yang diajukan memiliki rata rata $0,938 > 0,6$ dan dikatakan andal atau reliabel.

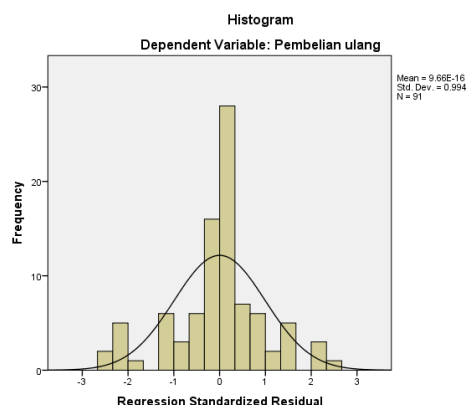
Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.903	6

Sumber : data yang diolah penulis menggunakan SPSS V.23, 2021

Sesuai dengan ketentuan yang sudah dijelaskan mengenai dasar pengambilan keputusan suatu data dikatakan andal atau reliabel jika menggunakan rumus cronbach's alpha yaitu nilainya $>.6$. jadi jika dibandingkan dengan tabel diatas maka hasil uji reliabilitas variabel Y dengan seluruh item yang diajukan memiliki rata rata $0,903 > 0,6$ dan dikatakan andal atau reliabel.

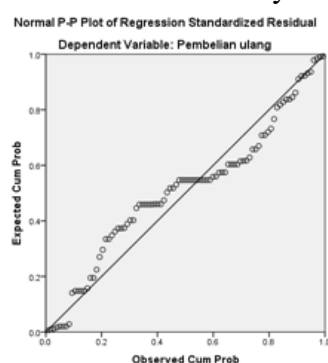
Uji Normalitas Data



Gambar 2. Histogram

Sumber : data yang diolah penulis menggunakan SPSS V.23, 2021

Berdasarkan Gambar di atas terlihat bahwa kurva dependent dan regression standardized residual membentuk gambar seperti lonceng. Oleh karena itu maka data berdistribusi normal dan layak untuk digunakan untuk proses pengolahan data selanjutnya dan dengan metode statistik lainnya.



Gambar 3. Normal P.Plot of Regression Standardized Residual

Sumber: data yang diolah penulis menggunakan SPSS V.23, 2021

Berdasarkan Gambar di atas terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal. Oleh karena itu maka data berdistribusi normal meskipun terdapat sedikit plot yang menyimpang dari garis diagonal dan layak untuk digunakan untuk proses pengolahan data selanjutnya dan dengan metode statistik lainnya.

Tabel 7. Analisis Koefisien Korelasi PPM (Pearson Product Moment)

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Pembelian Ulang
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.785**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	91	91
Pembelian Ulang	Pearson Correlation	.785**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	91	91

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data yang diolah penulis menggunakan SPSS V.23, 2021

Diperoleh informasi bahwa nilai korelasi (r) yang diperoleh antara Kualitas Pelayanan dengan Pembelian Ulang adalah sebesar 0,785. Nilai 0,785 Menurut Sugiyono (2013-214) berada pada Interval 0,70-1,000 masuk dalam kategori **sangat kuat** dengan arah positif

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.785 ^a	.616	.612	2.515

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Pembelian ulang

Sumber : Data yang diolah penulis menggunakan SPSS V.23, 2021

Dari tabel 4.35 di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0,616 atau 61,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan pada CV. Xyz Motor Bandung mampu dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan sebesar 61,6%. Sedangkan sisanya 38,4% merupakan pengaruh atau kontribusi dari variabel lainnya yang tidak diteliti diluar penelitian

Tabel 9. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.480	1.931		1.284	.202
	Kualitas Pelayanan	.363	.030	.785	11.950	.000

- a. Dependent Variable: Pembelian ulang

Sumber : Data yang diolah penulis menggunakan SPSS V.23, 2021

Berdasarkan diatas dapat diketahui bahwa konstanta sebesar 2.480, angka ini dapat diartikan bahwa jika Kualitas Pelayanan sama dengan NOL, maka nilai konsisten kepuasan nasabah adalah 2.480, sedangkan angka koefisien dari output diatas adalah sebesar 0,363. Angka tersebut mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% Kualitas Pelayanan, maka tingkat Kualitas Pelayanan akan meningkat sebesar 0,363 dan berpengaruh positif terhadap Pembelian Ulang. Jika dibandingkan dengan nilai Sig dengan nilai Probabilitas 0,05 dari hasil output yaitu berpengaruh *Signifikan* Kualitas Pelayanan dengan Pembelian Ulang dengan hasil 0,000 < 0,05 sesuai dengan kriteria.

Tabel 10. Hasil Uji t

Model		Coefficients				
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.480	1.931		1.284	.202
	Kualitas Pelayanan	.363	.030	.785	11.950	.000

- a. Dependent Variable: Pembelian ulang

Sumber : Data yang diolah penulis menggunakan SPSS V.23, 2021

Berdasarkan hasil output SPSS V.23 atau tabel 4.38 dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} adalah sebesar 11,950 > t_{tabel} dengan tingkat signifikan 0,00 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa Variabel X (Kualitas Pelayanan) berpengaruh positif terhadap Variabel Y (Pembelian Ulang).

Berdasarkan hasil pembahasan bab sebelumnya dimana tujuan penelitian ini untuk mengetahui Dampak Kualitas Pelanan terhadap Pembelian Ulang Sparepart Mobil (Studi Kasis CV. Xyz Motor Kota Bandung) dapat dilihat bahwa :

- a. Tingkat Kualitas Pelayanan di CV.Xyz Motor Bandung sesuai dengan hasil penelitian termasuk

- kedalam kriteria Sangat Baik dengan persentase sebesar 95,6%
- b. Tingkat Pembelian Ulang di CV. Xyz Motor Bandung sesuai dengan hasil penelitian termasuk kedalam kriteria Sangat Baik dengan presentase sebesar 91,91%
 - c. Berdasarkan hasil Uji T menggunakan SPSS.23 bahwa nilai t_{hitung} adalah sebesar $11,950 > t_{tabel}$ 1,660 dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa Variabel X (Kualitas Pelayanan) berpengaruh positif signifikan terhadap Variabel Y (Pembelian Ulang). berdasarkan hasil uji spss diketahui R square diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang sparepart mobil di CV. Xyz Motor Bandung sebesar 61,6% sisanya 38,4% dalam dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini
 - d. Upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan adalah
 - Menjalankan kembali job desk masing masing yang telah disusun, lakukan job desk tersebut secara fokus serta kembangkan sesuai perkembangan zaman sehingga setiap rancangan yang ada dapat meningkatkan ketertarikan terhadap pelanggan dan calon pelanggan.
 - Penambahan pegawai dan pembagian tugas untuk setiap bidangnya sehingga pegawai dapat fokus dan melakukan setiap pekerjaan berdasarkan bagiannya.
 - Memperhatikan setiap pegawai, melakukan penilaian setiap hari agar pegawai lebih jelas dalam menjelaskan produk yang dibutuhkan pelanggan, agar menghasilkan kualitas pelayanan yang baik pula dan akan menciptakan pembelian ulang dari para pelanggan

PENUTUP

Kesimpulan

Adapun kesimpulan hasil penelitian ini adalah Variabel X (Kualitas Pelayanan) berpengaruh positif signifikan terhadap Variabel Y (Pembelian Ulang). Selanjutnya diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang sparepart mobil di CV. Xyz Motor Bandung sebesar 61,6% sisanya 38,4% dalam dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Setelah melihat permasalahan diatas maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

- a. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan hasil penelitian pada dimensi kualitas pelayanan, dimensi Keandalan (*Reability*) yang mendapatkan skor tergolong baik maka perusahaan perlu meningkatkan kembali memberikan informasi yang lebih jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan dan pelayanan yang cepat.
- b. diwajibkan untuk merespon cepat pertanyaan dari calon konsumen baik melalui komunikasi langsung maupun melalui alat komunikasi lain

Penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan dengan baik, berdasarkan hasil penelitian terdapat pada dimensi kualitas pelayanan, dimensi empati (*Empaty*) yang mendapatkan skor terendah, oleh karna itu perlunya peningkatan dalam bersikap empati seperti lebih memahami kembali kebutuhan produk yang dicari pelanggan dan memberikan tindakan cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Binus.ac.id. (2019). *Perkembangan Otomotif di Indonesia*. <https://communication.binus.ac.id>

- /2019/01/18/perkembangan-otomotif-di-indonesia/. Diakses pada 13 Desember 2021.
- Fatimah, D. N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Suatu Survey pada Pelanggan Bengkel Mobil Non Members Tunas Toyota Tbk Cabang Gatot Subroto Bandung). In *Skripsi*. <http://repository.unpas.ac.id/1685/>
- Jatniko, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Sinar Gs Motor Cibiru Bandung. In *Skripsi*. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/45231>.
- Meilasari, A., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Indihome (Studi Kasus PT. Infomedia Nusantara Bandung). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 523–533. <https://doi.org/10.31955/mea.vol5.iss3.pp523-533>
- Permana, Y., Saleh, A., & Bakar, A. (2014). Analisis Kelayakan Usaha Pembuatan Spare Part Dudukan Mesin dan Transmisi Mobil di Bekasi. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 2(2), 376–387. <https://ejournal.itenas.ac.id/index.php/rekaintegra/article/view/533>
- Schaar, R. M. A. Van der. (2017). *Industri Manufaktur Otomotif Indonesia*. <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/otomotif/item6047?>. Diakses pada 13 Desember 2021.
- Solihat, A. (2019). Layanan Purna Jual pada Produk Otomotif. *Biej: Business Inovation & Journal*, 1(1). <https://media.neliti.com/media/publications/285719-layanan-purna-jual-pada-produk-otomotif-7d34dad0.pdf>
- Waskito, R. A., & Sudjatno. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada Industri Otomotif (Studi Pada PT. Wahana Wirawan Nissan Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 3(1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1636>