

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PLANET BAN KOTA MALANG

Hamzah Maulana Akhmad¹

Ayu Sulasari²

^{1,2}Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹hamz.m1212@gmail.com

²ayu_sulasari@polinema.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan industri otomotif di Indonesia mendorong peningkatan kebutuhan masyarakat akan layanan perawatan kendaraan bermotor, khususnya penggantian oli mesin. Planet Ban sebagai penyedia layanan dan pelumas kendaraan bermotor menekankan pentingnya kualitas pelayanan dan kualitas produk dalam menciptakan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Planet Ban cabang Kalpataru Kota Malang, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 89 responden dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan signifikansi di bawah 0,05. Demikian pula, kualitas produk juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan, kedua variabel memberikan kontribusi sebesar 53,9 persen terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Planet Ban disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan aspek pelayanan serta kualitas produk guna memperkuat loyalitas konsumen.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, Planet Ban

Abstract

The growth of the automotive industry in Indonesia has increased public demand for vehicle maintenance services, particularly engine oil changes. Planet Ban, as a provider of vehicle maintenance services and high-quality lubricants, emphasizes the importance of service quality and product quality in creating customer satisfaction. This study aims to analyze the influence of service quality and product quality on customer satisfaction at Planet Ban Kalpataru branch in Malang City, both partially and simultaneously. This research uses a quantitative research. The variables examined in this study include Service Quality (X1), Product Quality (X2), and Customer Satisfaction (Y). Data were collected through questionnaires distributed to 89 respondents using a purposive sampling technique. The data were analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that both service quality and product quality have a significant influence on customer satisfaction. Service quality has a positive effect, with t values greater than the t table and significance levels below 0.05. Similarly, product quality also significantly influences customer satisfaction. Simultaneously, the two variables contribute 53.9 percent to customer satisfaction. These findings confirm that service and product quality are key factors in achieving customer satisfaction. Therefore, Planet Ban is encouraged to maintain and improve its service and product quality to strengthen customer loyalty.

Keywords: service quality, product quality, customer satisfaction, Planet Ban

1. Pendahuluan

Industri otomotif di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), penjualan sepeda motor pada tahun 2023 mencapai 6,24 juta unit, meningkat sebesar 19,45 persen dibandingkan tahun sebelumnya (AISI, 2024). Peningkatan tersebut mendorong tingginya kebutuhan masyarakat terhadap layanan perawatan kendaraan, salah satunya penggantian oli secara berkala. Dalam konteks ini, konsumen semakin menyadari pentingnya memilih produk pelumas berkualitas demi menjaga performa dan usia pakai mesin kendaraan mereka.

Oli mesin berfungsi melumasi komponen, mengurangi gesekan, mengatur suhu mesin, dan mencegah korosi. Penggunaan oli berkualitas rendah dapat menyebabkan peningkatan konsumsi bahan bakar, kerusakan mesin, dan biaya perawatan yang tinggi (Hyundai, 2023). Oleh karena itu, pemilihan oli yang sesuai spesifikasi mesin dan berkualitas tinggi menjadi faktor penting dalam menjaga efisiensi kendaraan.

Planet Ban sebagai penyedia layanan servis cepat dan pelumas berkualitas, menawarkan produk unggulan berupa oli X-TEN yang menggunakan bahan dasar ester sintetis. Bahan ini dikenal memiliki kualitas pelumasan tertinggi dalam industri pelumas karena kemampuannya menjaga suhu mesin tetap stabil, melindungi komponen pada putaran tinggi, serta memperpanjang masa pakai mesin (XTEN Indonesia, 2024). Selain itu, Planet Ban juga mengintegrasikan layanannya dengan sistem buku servis digital untuk memudahkan pelanggan dalam memantau jadwal perawatan rutin (Planet Ban, 2025).

Dalam dunia pemasaran, kepuasan konsumen merupakan indikator utama keberhasilan suatu perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Kotler dan Keller (2020:130) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul akibat membandingkan antara harapan dengan kinerja aktual produk atau layanan. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh dua elemen

utama, yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk (Tjiptono, 2019). Kualitas pelayanan mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara konsisten, mulai dari keramahan staf hingga efisiensi layanan. Sementara itu, kualitas produk berfokus pada kinerja, keandalan, dan daya tahan produk dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2016).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan produk berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Kelvin, 2020; Nurhayati, 2023). Fluktuasi penjualan oli yang terjadi di Planet Ban cabang Kalpataru selama enam bulan terakhir mengindikasikan adanya dinamika permintaan yang patut dicermati. Kondisi tersebut dapat disebabkan oleh adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi pelanggan dengan layanan atau produk yang diberikan, sehingga perlu dilakukan kajian lebih lanjut. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Planet Ban cabang Kalpataru, Kota Malang.

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Planet Ban cabang Kalpataru Kota Malang, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh pemahaman dan mengevaluasi dampak yang timbul dari pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Planet Ban Kota Malang.

2. Kajian Pustaka

Manajemen pemasaran didefinisikan sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, penetapan harga, promosi, serta distribusi ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks pemasaran jasa, pemahaman terhadap konsumen dan kualitas yang ditawarkan menjadi elemen penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

Perilaku konsumen merujuk pada proses yang dilalui individu dalam mencari, memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan mereka (Schiffman & Kanuk, 2010). Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor internal seperti persepsi, motivasi, serta faktor eksternal seperti lingkungan sosial dan budaya.

Kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap keunggulan suatu layanan berdasarkan dimensi tertentu. Menurut Teddy Chandra, (2020), terdapat lima indikator kualitas pelayanan yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya dan memenuhi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2017), indikator kualitas produk meliputi kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), daya tahan (*durability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance*), fitur (*features*), dan persepsi kualitas (*perceived quality*).

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang diterima dengan harapannya. Menurut Priansa (2017), kepuasan dipengaruhi oleh lima indikator, yaitu harapan (*expectation*), kinerja (*performance*), perbandingan (*comparison*), pengalaman (*experience*), dan konfirmasi atau diskonfirmasi (*confirmation/disconfirmation*).

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui pengujian hipotesis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ingin menguji seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat berdasarkan data empiris.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan transaksi di Planet Ban cabang Kalpataru Kota Malang. Teknik pengambilan sampel

yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria responden yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang pernah melakukan penggantian oli minimal satu kali di Planet Ban cabang Kalpataru.
2. Berusia minimal 17 tahun dan berdomisili di Malang.

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen dan satu variabel dependen, yaitu:

Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Kepuasan Konsumen (Y). Indikator variabel dalam penelitian ini disesuaikan dengan kondisi di lapangan dan relevansi terhadap layanan yang diberikan Planet Ban. Tidak seluruh indikator dalam teori digunakan secara penuh. Peneliti memilih indikator yang dianggap paling mencerminkan pengalaman konsumen secara langsung di lokasi penelitian agar analisis yang dilakukan lebih terfokus dan relevan dengan konteks penelitian.

Adapun indikator untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Kualitas Pelayanan (X1): keandalan, daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik (Teddy Chandra, 2020). Kualitas Produk (X2): keandalan dan kesesuaian dengan spesifikasi (Tjiptono, 2017). Kepuasan Konsumen (Y): kinerja, perbandingan, dan konfirmasi (Priansa, 2017).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis regresi linier berganda, uji t untuk pengujian pengaruh parsial, uji F untuk pengujian simultan, serta analisis koefisien determinasi. Seluruh proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Hipotesis penelitian ini adalah:

- H1: Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Planet Ban Kota Malang.
- H2: Diduga ada pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Planet Ban Kota Malang.

H3: Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Planet Ban Kota Malang.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan terhadap 89 responden yang merupakan konsumen Planet Ban cabang Kalpataru Kota Malang. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup menggunakan *skala Likert* dan dianalisis melalui beberapa tahapan uji, yakni uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Berdasarkan hasil perhitungan, seluruh nilai r hitung dari setiap item pernyataan pada masing-masing variabel diketahui lebih besar dari r tabel (0,2084) dan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Angka-angka ini menggambarkan bahwa seluruh indikator yang digunakan sebagai alat pengukuran dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan untuk pengukuran variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap pernyataan yang diberikan. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel berada di atas 0,60, yang berarti seluruh instrumen penelitian berada dalam kategori reliabel. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam kuesioner dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengambilan data penelitian.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas yang dilakukan melalui grafik normal *probability plot*, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar mengikuti arah garis diagonal dan berada di sekitarnya. Pola persebaran tersebut mengindikasikan bahwa residual terdistribusi secara normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang

tinggi antara variabel independen. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* untuk masing-masing variabel berada di atas 0,10 yaitu 0,777 dan nilai VIF berada di bawah 10, yaitu sebesar 1,287 untuk kualitas pelayanan dan kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola penyebaran titik pada grafik scatterplot. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa titik-titik residual tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Pola penyebaran seperti ini menandakan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi.

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara dua variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) terhadap satu variabel dependen (kepuasan konsumen). Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,347 + 0,326X_1 + 0,714X_2 + e$$

Berdasarkan hasil *output* SPSS, nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang dirasakan.

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,539 atau 53,9 persen. Angka ini menunjukkan bahwa variasi perubahan dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk sebesar 53,9 persen. Sisanya, sebesar 46,1 persen, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model ini

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 5,109 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,987) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa

kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima

Sementara itu, variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 5,409 dengan signifikansi sebesar 0,000. Sama seperti variabel sebelumnya, nilai ini juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk juga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis kedua (H2) juga diterima.

Selanjutnya dilakukan uji F untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F menunjukkan bahwa F hitung sebesar 52,432 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena F hitung lebih besar dari F tabel (3,10) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis ketiga (H3) diterima.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan, yang diukur melalui indikator keandalan, daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik, memberikan kontribusi nyata dalam membentuk persepsi dan kenyamanan konsumen. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Adhari, 2021) bahwa Konsumen yang merasa pelayanannya melampaui harapan, maka akan terwujudnya kepuasan konsumen.

Sementara itu, kualitas produk yang diukur berdasarkan keandalan dan kesesuaian dengan spesifikasi juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Konsumen yang merasa bahwa produk oli yang digunakan sesuai dengan kebutuhan kendaraan dan memberikan kinerja optimal cenderung merasa puas. Temuan ini sejalan dengan pendapat (Nurhayati, 2023), yang menyatakan bahwa produk yang berkualitas, terutama dalam industri otomotif, memiliki

peran penting dalam memengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung temuan sebelumnya dari Kelvin (2020), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada sektor jasa otomotif.

Dengan kontribusi variabel bebas sebesar 53,9 persen terhadap kepuasan konsumen, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel ini memainkan peran strategis dalam menjaga kepuasan pelanggan di Planet Ban cabang Kalpataru. Sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal lain yang perlu diteliti lebih lanjut.

5. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Planet Ban cabang Kalpataru Kota Malang. Pelayanan yang berkualitas, seperti keandalan mekanik, daya tanggap terhadap kebutuhan konsumen, jaminan, serta fasilitas fisik yang memadai mampu memberikan pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap layanan di Planet Ban.

Kualitas produk juga terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Produk oli yang andal dan sesuai dengan spesifikasi kendaraan dianggap mampu memenuhi ekspektasi pelanggan, sehingga meningkatkan rasa puas setelah menggunakan produk. Kualitas produk menjadi ukuran penting bagi konsumen dalam menilai kepercayaan mereka terhadap Planet Ban.

Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memengaruhi kepuasan konsumen. Planet Ban cabang Kalpataru telah mampu memadukan pelayanan yang responsif dan profesional dengan penyediaan produk yang sesuai kebutuhan kendaraan, sehingga menciptakan pengalaman positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Planet Ban cabang Kalpataru lebih memprioritaskan perbaikan pada aspek pelayanan dan produk yang masih memperoleh penilaian paling rendah dari konsumen. Pada variabel kualitas pelayanan, indikator rasa aman konsumen tercatat sebagai item dengan skor rata-rata terendah dibanding indikator lainnya. Perusahaan perlu melakukan komunikasi yang lebih terbuka saat proses pengerjaan motor, menyampaikan tahapan servis secara jelas, dan menciptakan suasana pelayanan yang profesional serta transparan.

Variabel kualitas produk, indikator kesesuaian dengan spesifikasi mendapat nilai paling rendah. Untuk itu, penting bagi pihak Planet Ban untuk memberikan edukasi yang tepat dan informasi mengenai karakteristik teknis produk oli, khususnya keunggulan berbasis ester, jenis oli dan kecocokannya dengan tipe mesin motor.

Selain melakukan perbaikan terhadap indikator-indikator yang bernilai rendah, Planet Ban juga disarankan untuk tetap mempertahankan indikator yang telah menunjukkan performa tinggi, seperti keandalan produk dan bukti fisik pelayanan. Konsistensi terhadap kualitas yang sudah baik akan mendukung peningkatan kepuasan pelanggan secara keseluruhan, serta memperkuat loyalitas dan kepercayaan konsumen dalam jangka panjang.

6. Daftar Rujukan

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan pelanggan & pencapaian brand trust*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Amirullah. (2022). Perilaku konsumen dan pengambilan keputusan pembelian akademika. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*, 169–175.
- AntaraneWS. (2023, Juni). Bareskrim ungkap produsen oli palsu beromzet Rp20 miliar per bulan. *AntaraneWS.com*. <https://www.antaraneWS.com/berita/3577935/bareskrim-ungkap-produsen-oli-palsu-beromzet-rp20-miliar-per-bulan>
- Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia. (2024, Januari). Data penjualan sepeda motor di Indonesia secara tahunan (2013–2023). *DataIndonesia.id*. <https://dataindonesia.id/otomotif-transportasi/detail/data-penjualan-sepeda-motor-di-indonesia-secara-tahunan-20132023>
- Chandra, T. (2020). *Service quality, consumer satisfaction, dan consumer loyalty: Tinjauan teoritis*. Pekanbaru: CV IRDH.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (Edisi ke-9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kelvin. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Panca Daya Sukses. [Skripsi tidak diterbitkan].
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Maharani, A. A. (2024). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Planet Ban Raya Dalung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 10(2), 101–112.
- Nurhayati. (2023). *Keputusan pembelian dan kepuasan konsumen*. Penerbit NEM.
- Planet Ban. (2025). About Planet Ban. <https://planetban.com/about-us>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Penerbit AlfaBeta.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior (10th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *Service management: Mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Manajemen dan strategi pemasaran: Bersaing di pasar global*. Yogyakarta: Andi.
- XTEN Indonesia. (2024). Keunggulan oli berbahan ester. <https://xten.id>