Journal of Science and Social Research ISSN 2615 – 4307 (Print)
Oct 2026, IX (5): 9471 – 9478 ISSN 2615 – 3262 (Online)
Available online at http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. ASIA BANDAR ALAM (STUDI KASUS BRAND L'OCCITANE EN PROVENCE SUN PLAZA)

Citra Anggraini Sabrina[1], Amir Makhmud Zain Nst[2], Elwardi Hasibuan[3]
Universitas Royal, Kisaran
e-mail [1]Citraanggrainisabrina718@gmail.com, [2]amirnasty13@gmail.com
[3]elwardihasibuan17@gmail.com

Abstract: *This study aims to examine the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Asia Bandar Alam (Case Study of L'Occitane en Provence Sun Plaza). The study was motivated by the importance of service quality in improving customer satisfaction within the highly competitive beauty retail industry. This research employed a quantitative associative approach involving 71 respondents selected through accidental sampling. Data were collected using Likert-scalequestionnaires and analyzed with the Statistical Product and Service Solutions (SPSS) application. The analysis included validity, reliability, normality, simple linear regression, partial t-test, and coefficient of determination (R^2). The resultsindicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a significance value of 0.000 (<0.05). The coefficient of determination (R Square) of 0,872 indicates that service quality explains 87,2% of customer satisfaction, while the remaining 12,8% is influenced by other factors outside this study.*

Keywords: *Effect, Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Asia Bandar Alam (Studi Kasus Brand L'Occitane en Provence Sun Plaza). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di tengah persaingan industri ritel kecantikan yang semakin kompetitif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 71 responden yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan aplikasi Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linier sederhana, uji t (parsial), dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05), sehingga hipotesis penelitian diterima. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,872 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 87,2% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan 12,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Pengaruh, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produksi dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Dalam memasuki persaingan yang semakin kompetitif setiap perusahaan harus secara mutlak dapat memuaskan konsumen, dimana kepuasan konsumen akan tercipta manakala keinginan dan harapan dapat diwujudkan oleh perusahaan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan

manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyaltas Pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan perusahaan (Gofur, 2020:28).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya (Sulaksana, 2021:01)

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha emperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang (Apriansyah, 2022:39). Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap produk yang dijual sehingga pelanggan membeli barang lebih banyak.

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan (Rangkuti, 2023:07). Kepuasaan pelanggan memiliki tujuan yang sangat penting. Dalam keadaan pasar yang sangat kompetitif, kepuasaan pelanggan hanya merupakan prediksi yang lemah terhadap pelanggan yang tetap bertahan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasaan pelangannya.

Kepuasan pelanggan itu bergantung bagaimana perusahaan tersebut memberikan pelayanan. Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain atau pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya (Reni dan Asmawati, 2024:05) Kualitas layanan yang baik akan berdampak bagus terhadap perusahaan. Hal ini dijelaskan pada jurnal, Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, hasil penelitiannya yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah senjata ampuh dalam keunggulan perusahaan dan kualitas pelayanan dapat menimbulkan sesorang loyal terhadap perusahaan (Aryani dan Rosita, 2020:123)

Salah satu toko yang menyediakan segala macam produk perawatan mewah berbahan alami untuk wajah, tubuh, rambut, dan rumah tangga, serta parfum dengan pelayanan yang baik adalah L'occitane En Province Sun Plaza merupakan salah satu toko yang menyediakan segala kebutuhan perawatan tubuh (body care), wajah (skincare), rambut (hair care), wewangian (fragrance) dan lainnya. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dan wawancara dengan konsumen di Toko L'Occitane En Provence Sun Plaza, ditemukan bahwa terdapat konsumen yang melakukan pembelian produk lebih dari satu kali. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan pembelian ulang yang dilakukan oleh pelanggan. Wawancara awal dengan tiga orang konsumen menunjukkan bahwa mereka merasa puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan serta kenyamanan suasana toko. Selain itu, pelayanan yang ramah dan profesional dari karyawan menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen merasa puas ketika berbelanja.

Wawancara dengan tujuh orang konsumen menunjukkan bahwa terdapat beberapa alasan yang mendorong mereka untuk kembali berbelanja di Toko L'Occitane En Provence Sun Plaza. Alasan tersebut antara lain lokasi toko yang

berada di pusat perbelanjaan sehingga mudah diakses, variasi produk perawatan tubuh dan kecantikan yang lengkap serta kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu, berbagai promosi dan penawaran yang diberikan juga menjadi daya tarik bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan jumlah konsumen yang telah diwawancarai, peneliti kemudian melakukan wawancara lanjutan untuk memperkuat hasil penelitian. Hasil wawancara dengan empat orang konsumen menunjukkan bahwa keputusan mereka untuk kembali berbelanja dipengaruhi oleh kombinasi faktor-faktor tersebut. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut apakah perilaku pembelian ulang tersebut lebih dominan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko sehingga menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, atau terdapat faktor-faktor lain yang turut memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian ulang di Toko L'Occitane En Provence Sun Plaza.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada gerai Store L'Occitane en Provence Sun Plaza Medan. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang datang atau membeli produk Store L'Occitane en Provence Sun Plaza dan sampel dalam pennelitian ini ditetapkan sebanyak 71 orang dengan rumus Slovin.

Teknik pengumpulan data primer yang digunakan secara langsung melalui survey dan menggunakan angket yang diwujudkan dalam bentuk pernyataan menggunakan skala likert. Metode untuk pengolahan dan analisis data prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini mengukur kekonsistenan dan keakurasian data yang dikumpulkan dari penggunaan instrument dilakukan Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan uji normalitas. Dalam uji normalitas data ini dilakukan dengan 3 cara pengujian yaitu uji Kolmogorov Smirnov, dengan melihat grafik dengan kurva normal serta pengujian dengan grafik P-P Plot.

Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh menggunakan Koefisien Regresi Linier Sederhana dengan Rumus persamaan regresinya adalah : Y =a + bX + e. Pengujian atau analisis statistik terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan melalui uji: Uji koefisien determinasi (R2) dari variabel bebas yang mampu menerangkan variabel terikat dalam sebuah penelitian dan uji t (Uji Parsial) untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil responden yang ditanyakan pada kuesioner adalah jenis kelamin, usia dan jenis pekerjaan dari masing-masing responden. Data tentang profil responden sebagai berikut:

Tabel Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Pria	10	14.08
Wanita	61	85.92
Total	71	100

Tabel di atas terlihat pelanggan yang datang, berbelanja di Store L'Occitane en Provence Sun Plaza adalah perempuan yaitu sebanyak 61 orang = 85,92% dari keseluruhan responden 71 orang. Laki laki hanya 10 orang = 14,8%. Hal ini memperlihatkan bahwa pasar terbesar dari produk perawatan tubuh adalah wanita, walaupun tidak menutup kemungkinan pria juga ada yang perduli dengan perawatan tubuh dan mungkin selain untuk dirinya juga untuk istri atau anak mereka.

Tabel Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Journal of Science and Social Research ISSN 2615 – 4307 (Print)
Oct 2026, IX (5): 9471 – 9478 ISSN 2615 – 3262 (Online)
Available online at http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR

Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
17-25	16	22,54
26-35	24	33,80
36-45	24	33,80
> 46	7	9,86
Total	71	100

Berdasarkan tabel usia pelanggan yang datang, berbelanja di Store L'Occitane en Provence Sun Plaza Medan banyaknya adalah responden dengan tingkat usia dari 25 – 45 tahun yaitu sebanyak 48 orang = 67,61% dari keseluruhan responden. Hal ini menunjukkan bahwa usia yang sedemikian itu banyak wanita yang mengalami masalah seperti freckless tipis-tipis, rawan perubahan hormon atau efek buruk paparan sinar matahari mulai terlihat nyata yang mengakibatkan Kulit mudah dehidrasi akibat paparan polusi dan stres serta aktivitas yang padat dan kurang tidur berdampak langsung pada kesehatan kulit.

Tabel Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar dan Mahasiswa	14	19,72
PNS	6	8,45
Karya wan	17	23,94
Ibu Rumah Tangga	16	22,54
Wiraswasta	18	25,35
Total	71	100

Dari tabel 4.3 di atas diketahui jumlah terbesar dari pekerjaan responden yang datang berkunjung, berbelanja di Store L'Occitane en Provence Sun Plaza Medan yaitu Karyawan, Ibu Rumah Tangga dan Wiraswasta dalam penelitian ini terlihat mencapai 51 orang atau setara dengan 71,83%. Hal ini memperlihatkan bahwa rentang usia yang sedemikian itu kebanyakan adalah mereka-mereka yang memperoleh penghasilan sendiri dan tentunya perawatan tubuh dan kecantikan adalah prioritas dalam menjaga penampilan dalam berinteraksi dengan banyak orang.

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Suatu pernyataan dikatakan valid jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa saja yang hendak diukurnya. Penyebaran kuesioner dilakukan pada 71 orang responden dengan jumlah pertanyaan sebanyak 19 item pertanyaan, dimana seluruh item pertanyaan dikategorikan valid dengan syarat r hitung atau nilai pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar daripada r table product moment r tabel ditetapkan sebesar 0,233 untuk pengambilan keputusan:

- Jika r_{hitung} positif dan r hitung > r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut valid
- Jika r_{hitung} negatif atau r hitung < r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

Tabel Hasil Uji Validitas Variabel X

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	50.6761	36.222	.556	.431	.829
X2	50.7606	39.842	.409	.407	.839
X3	50.6761	39.339	449	.339	.837
X4	50.6197	38.136	.486	484	.834
X5	50.6197	39.353	395	.348	.840
X6	50.6197	38.219	483	486	.834
X7	50.6761	35.839	.656	.729	.822
X8	50.6761	36.353	591	553	.827
X9	50.9437	35.794	.724	.819	.818
X10		34.654	.633	645	.823
X11		35.742	.557	.479	.82983
X12		37.598	500	.420	3.834

	50.8310 50.6620 50.5775				
X13	50.6620	43.141	-.006	.296	.863

Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item-Total Statistics

	Scale Mean if	Scale Variance if	Corrected Item-Total	Cronbach's Alp
14	20.8169	11.666	507	.790
15	11.369	642	.763	
15	20.8732	9.751	722	.737
17	10.971	530	.788	
18	21.140	12.037	.475	.796

Tabel

Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	13

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
807	6

Tabel reliabilitas di atas menunjukkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dan sama dengan 0,8. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya

Frekuensi Jawaban Responden

Dari tabel berikut, terlihat jawaban yang diberikan oleh responden secara umum bahwa kualitas pelayanan memberi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam kategori sudah baik. Hal ini terlihat seluruh jawaban terbesarnya adalah untuk kolom setuju dan sangat setuju, baik itu untuk variabel X maupun variabel Y. Hal ini menunjukkan bahwa sebahagian besar responden menurut hemat peneliti sangat setuju kualitas pelayanan memperi pengaruh yang begitu besar. Artinya kepuasan seseorang dipengaruhi oleh pelayanan yang diterimanya menyenangkan hatinya..

Tabel Distribusi Frekuensi Variabel X dan Y

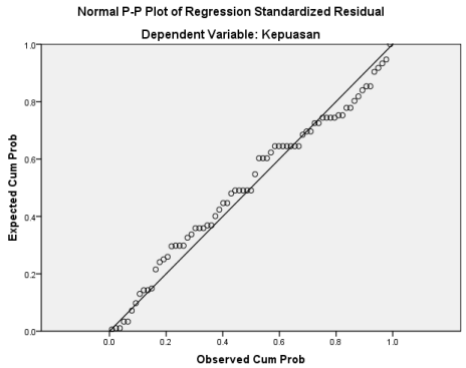
Interval	Frekuensi	%	Interval	Frekuensi	%
32-38	2	7,28	10 - 16	3	4,23
39-45	5	7,.4	17 - 22	10	14, 08
46-52	17	23,54	23 - 28	14	19, 72
53-59	25	35,21	29 - 34	44	61, 97
60-66	22	30,99		71	100
	71	100			

Hasil Analisis Regresi

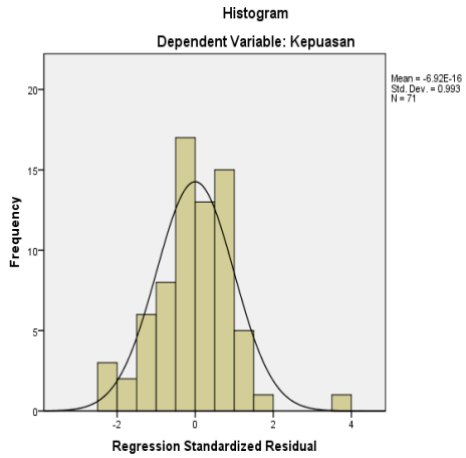
Sebelum dilakukan analisis data perlu dilakukan uji normalitas data pada masing- masing variable (X) dan variabel (Y). Pada Normal P-P Plot, normalilitas dapat dilihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik

atau dengan melihat histogram dari residualnya. Adapun hasilnya, yaitu:

Journal of Science and Social Research ISSN 2615 – 4307 (Print)
Oct 2026, IX (5): 9471 – 9478 ISSN 2615 – 3262 (Online)
Available online at http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR



Gambar P-P Plot Normalitas



Gambar Histogram Hasil Uji Normalitas

Hasil uji linearitas antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) pada Store L'Occitane en Provence Sun Plaza dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4Hasil Uji Linearitas

ANOVA[b]

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	958.007	1	958.007	477.956	.000[a]
Residual	138.303	69	2.004		
Total	1096.310	70			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil regresi guna menjawab permasalahan yang menjadi kajian peneliti, guna mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di gerai Store L'Occitane en Provence Sun Plaza Medan, hasilnya adalah:

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	5.629	1.416		3.977	.000
Pelayanan	.560	.026	.935	21.862	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi di atas, maka persamaan regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 5{,}629 + 0{,}560 + 1{,}416$$

Persamaan regresi linier sederhana ini dapat diartikan sebagai berikut : Nilai konstanta (a) = 5,629 bertanda positif dan kepuasan pelanggan pada Store L'Occitane en Provence Sun Plaza 1,416 bertanda positif, artinya jika kualitas pelayanan koinstan atau X = 0, maka kepuasan pelanggan Y adalah 5,629

Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan X (b)= 0,560 artinya koefisien regresi positif sebesar 0,560 dalam artian jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik 0,560 jika kualitas pelayanan Store L'Occitane en Provence Sun Plaza naik maka kepuasan pelanggan juga akan turut naik.

Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) pada penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pelanggan pada Store L'Occitane en Provence Sun Plaza dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change				
.935[a]	.874	.872	1.41576	.874	477.956	1	.935[a]	.874	.872	1.648

a. Predictors: (Constant), Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,574. Nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan cukup kuat antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Store L'Occitane en Provence Sun Plaza. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,872 atau 87,2%. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 87,2%, sedangkan sisanya sebesar 12,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Store L'Occitane en Provence Sun Plaza. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang memperoleh nilai t hitung sebesar 3,977 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Alma. (2024). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Apriansyah. (2022). Manajemen Pelayanan. Jakarta: Rajawali Pers.

Aryani, D., & Rosita, F. (2020). Manajemen Pelayanan. Jakarta: Salemba Empat.

Indrasari, M. (2023). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.

Prasetio. (2021). Manajemen Pelayanan. Bandung: Alfabeta.

Rahmayanti. (2023). Manajemen Pelayanan Publik. Jakarta: Kencana.

Rangkuti, F. (2023). Measuring Customer Satisfaction. Jakarta: Gramedia pustaka Utama.

Ratminto, & Winarsih, A. S. (2020). Manajemen Pelayanan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Reni, & Asmawati. (2024). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. akassar: CV Nas Media.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2025). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Suhaimi. (2022). Metodologi Penelitian. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.

Sulaksana. (2021). Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta.

Suna. (2020). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.

Bandung: Alfabeta.

Suryani. (2021). Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, F. (2020). Perspektif Manajemen & Pemasaran Kontemporer. Yogyakarta: ANDI.

Hasibuan, R. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Vanilla Panyabungan. Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS), 4(3).

Febriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar.

Kusmiati, S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Koperasi "Koppi Maniez".

Rohman, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam..