

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA RENTAL MOBIL RAFA KOTA PALEMBANG
TAHUN 2024**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan



Disusun oleh:

MICHAEL VANETY

07031382025227

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2024

HALAMAN PERSTUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA RENTAL MOBIL RAFA KOTA PALEMBANG
TAHUN 2024

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1

Ilmu Komunikasi

Oleh:

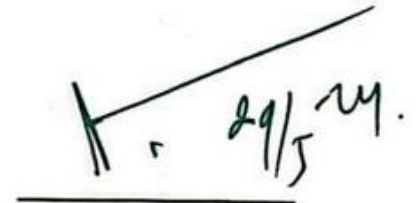
MICHAEL VANETY

07031382025227

Pembimbing 1

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

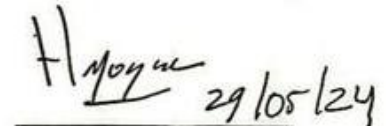
NIP 197905012002121000


Handwritten signature and date: 29/5/24.

Pembimbing 2

Harry Yogsunandar, S.IP., M.I.Kom

NIP 197905312023211004


Handwritten signature and date: Harry Yogsunandar 29/05/24.

Mengetahui.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. M. Husni Thamrin, M.Si

NIP 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

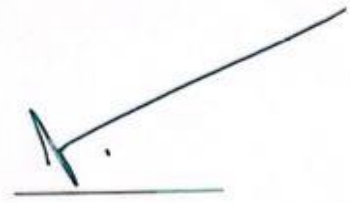
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA RENTAL MOBIL RAFA KOTA PALEMBANG
TAHUN 2024**

**Skripsi
Oleh:
Michael Vanety
07031382025227**

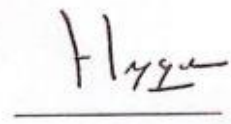
**Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 21 Juni 2024
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

KOMISI PENGUJI

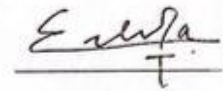
**Dr. Andries Lionardo, M.Si.
NIP. 197905012002121005
Ketua Penguji**



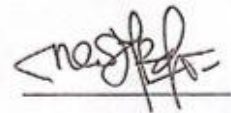
**Harry Yogsunandar, S.IP., M.I.Kom.
NIP. 197905312023211004
Sekretaris Penguji**



**Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc.
NIP. 199209132019032015
Penguji**



**Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199209292020122014
Penguji**



Mengetahui



**Dekan Fisip UNSRI
Prof. Dr. Alfitri, M.Si.
NIP. 196601221990031004**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001**

PERNYATAAN ORISINIALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Michael Vanety

Nim : 07031382025227

Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 18 Mei 2002

Program Studi / Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Pelanggan Pada Rental Mobil Rafa Kota Palembang Tahun
2024

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun perguruan tinggi lainnya,

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini

Palembang, 9 Juni 2024



Michael Vanety

07031382025227

HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN

“ANYONE CAN BE ANYTHING”

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

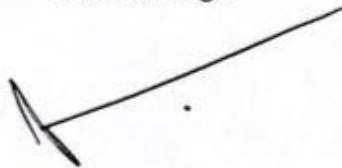
- ❖ Kedua orangtua saya yang selalu berdoa dan berusaha untuk menanti kesuksesanku didunia maupun diakhirat (Ayah tercinta Alvan Ivandy dan Ibu tercinta RA Nurhayati)
- ❖ Sharla Martiza Aulia yang selalu membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini

Abstrak

Komunikasi Interpersonal menjadi salah satu pilihan utama sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, komunikasi interpersonal dan pelayanan yang baik menjadi hal penting dikarenakan pelanggan akan lebih puas dengan karyawan yang memiliki keterampilan berinteraksi dengan orang lain dan dapat membaca emosi dari kesadaran sosial. Komunikasi interpersonal yang baik antara pengemudi dan pelanggan menciptakan kenyamanan dan kepuasan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif, data-data yang dikumpulkan pada penelitian ini diperoleh menggunakan metode penyebaran kuesioner, observasi dan studi dokumentasi. Teori yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan teori dari Fandy Tjiptono tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang dimana teori kualitas pelayanan terdapat 5 dimensi dan teori kepuasan pelanggan terdapat 6 dimensi. Hasil yang di peroleh pada penelitian ini adalah berdasarkan 6 teori kepuasan pelanggan, diperoleh 87,23% tingkat efektifitas pada dimensi kepuasan pelanggan keseluruhan, 84,71% tingkat efektifitas pada dimensi kepuasan pelanggan, 85,93% tingkat efektifitas pada dimensi konfirmasi harapan, 86,01% tingkat efektifitas pada dimensi minat pembelian ulang, 89,43% tingkat efektifitas pada dimensi kesediaan untuk merekomendasi, 70,08% tingkat efektifitas pada dimensi ketidakpuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rental mobil Rafa kota Palembang tahun 2024 dinyatakan efektif sebesar 83,90%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Rental, Rafa.

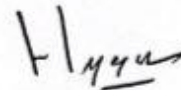
Pembimbing I



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP. 197905012002121000

Pembimbing II



Harry Yogsunandar, S.IP., M.Ikom

NIP. 197905312023211004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si

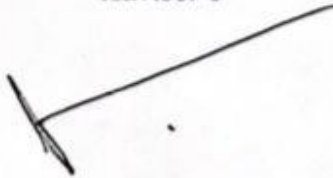
NIP. 196406061992031001

Abstract

Interpersonal communication is one of the main choices as a factor that influences customer satisfaction. Interpersonal communication and good service are important because customers will be more satisfied with employees who have the skills to interact with other people and can read emotions from social awareness. Good interpersonal communication between drivers and customers creates comfort and satisfaction. This research uses a descriptive quantitative method, the data collected in this research was obtained using the method of distributing questionnaires, observation and documentation studies. The theory used in this research uses Fandy Tjiptono's theory about service quality and customer satisfaction, where the service quality theory has 5 dimensions and the customer satisfaction theory has 6 dimensions. The results obtained in this research are based on 6 theories of customer satisfaction, obtained 87.23% level of effectiveness in the dimension of overall customer satisfaction, 84.71% level of effectiveness in the dimension of customer satisfaction, 85.93% level of effectiveness in the dimension of confirmation of expectations, 86.01% level of effectiveness on the dimension of repurchase intention, 89.43% level of effectiveness on the dimension of willingness to recommend, 70.08% level of effectiveness on the dimension of customer dissatisfaction. So it can be concluded that the influence of service quality on customer satisfaction for Rafa car rental in Palembang city in 2024 is declared effective at 83.90%.

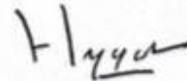
Keyword : Service Quality, Customer Satisfaction, Rent Car, Rafa.

Advisor I



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121000

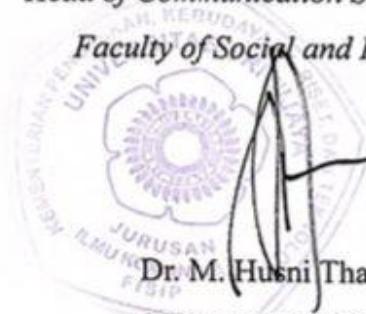
Advisor II



Harry Yogsunandar, S.IP., M.Ikom
NIP. 197905312023211004

Head of Communication Science Departement

Faculty of Social and Political Science



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat, serta karunianya yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini diperuntukan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi pada Universitas Sriwijaya. Skripsi ini dengan judul **”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rental Mobil Rafa Kota Palembang Tahun 2024.”**

Selama penyusunan skripsi ini, peneliti mengalami banyak sekali hambatan serta tantangan namun dapat dilalui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
4. Bapak Dr. Andries Lionardo, M.Si selaku dosen pembimbing pertama bapak Harry Yogsunandar, S.IP, M.I.Kom selaku dosen pembimbing kedua yang telah telah bersedia meluangkan banyak waktu untuk memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi.
5. Mba Vira dan Mba Sertin selaku staf administrasi Ilmu Komunikasi yang selalu membeikan banyak informasi dan membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua dan semua keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat dalam penyusunan skripsi.
7. Sahabat dan teman-teman seperjuangan yang saling memberikan dukungan, kebersamaan, dan bantuan.
8. Rekan-rekan seperjuangan khususnya angkatan 2020 Ilmu Komunikasi yang sedang sama-sama berjuang dalam pembuatan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah bersedia membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari dengan segala keterbatasan yang dimiliki, skripsi ini membutuhkan saran, kritik, dan masukan yang dapat membangun demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat. Semoga skripsi ini dapat diterima dan memberikan manfaat bagi kita semua khususnya dalam ranah ilmu komunikasi.

Palembang, Juni 2024

Michael Vanety

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSTUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF ... Error! Bookmark not defined.	
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINIALITAS	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiviv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.2 Kualitas Pelayanan	14
2.2.1 Kualitas.....	14
2.2.2 Pelayanan.....	15
2.2.3 Kualitas Pelayanan.....	16
2.2.4 Prinsip-prinsip kualitas pelayanan	17
2.2.5 Strategi meningkatkan kualitas pelayanan	18
2.2.6 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	20
2.3 Kepuasan Pelanggan	20
2.3.1 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan Error! Bookmark not defined.	
2.3.2 Indikator Kepuasan Pelanggan	21

2.3.3 Ciri-Ciri Pelanggan Merasa Puas	22
2.3.4 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	23
2.4 Teori Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.....	24
2.4.1 Teori Kualitas Pelayanan	24
2.4.2 Teori Kepuasan Pelanggan	24
2.5 Kerangka Pemikiran.....	26
2.6 Alur Pemikiran.....	28
2.7 Hipotesis Penelitian.....	28
2.8 Penelitian Terdahulu.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.2 Defenisi Konsep	33
3.3 Oprasionalisasi Variabel.....	34
3.4 Unit Analisis, Populasi, dan Sampel	38
3.4.1 Unit Analisis	38
3.4.2 Populasi	38
3.4.3 Sampel	38
3.5 Data dan Sumber Data	39
3.5.1 Data Primer.....	39
3.5.2 Data Sekunder.....	40
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	40
3.6.1 Uji Validitas	40
3.6.2 Uji Reabilitas	41
3.7 Uji Normalitas	42
3.8 Mengubah Data Ordinal Menjadi Interval.....	43
3.9 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.9.1 Penyebaran Kuesioner.....	43
3.9.2 Observasi	44
3.9.3 Dokumentasi	44
3.10 Teknik Analisis Data	44
3.10.1 Teknik Analisis Deskriptif.....	44
3.10.2 Teknik Analisis Eksplanatif	45
3.11 Uji Hipotesis	47

BAB IV GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN.....	49
4.1 Sejarah Singkat, Visi, Misi, Tujuan rental mobil Rafa.....	49
4.1.1 Sejarah Singkat rental mobil Rafa	49
4.1.2 Visi rental mobil Rafa.....	50
4.1.3 Misi rental mobil Rafa.....	50
4.1.4 Tujuan rental mobil Rafa	51
4.1.5 SOP Rental Mobil Rafa	51
4.2 Struktur Kepemimpinan rental mobil Rafa.....	53
BAB V PEMBAHASAN	54
5.1 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	54
5.1.1 Hasil Uji Validitas	54
5.1.2 Hasil Uji Reabilitas	56
5.2 Deskripsi Data	58
5.2.1 Karakteristik Responden	58
5.2.2 Jenis Kelamin.....	58
5.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
5.3 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	60
5.3.1 Deskripsi Dimensi Bukti Fisik (<i>Tangibels</i>)	61
5.3.2 Deskripsi Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>).....	64
5.3.3 Deskripsi Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	67
5.3.4 Deskripsi Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)	69
5.3.5 Deskripsi Dimensi Empati (<i>Empaty</i>)	72
5.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	74
5.4.1 Deskripsi Dimensi Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (<i>Overall Customer Satisfaction</i>).....	76
5.4.2 Deskripsi Dimensi Kepuasan Pelanggan (<i>Dimensions of Customer Satisfaction</i>).....	78
5.4.3 Deskripsi Dimensi Konfirmasi Harapan (<i>Confirmation Of Expectation</i>)	81
5.4.4 Deskripsi Dimensi Minat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intent</i>).....	83
5.4.5 Deskripsi Dimensi Kesiediaan Untuk Merekomendasi (<i>Willingness To Recommend</i>)	86
5.4.6 Deskripsi Dimensi Ketidakpuasan Pelanggan (<i>Customer Dissatification</i>)	89
5.5 Pengujian Persyaratan Analisis.....	93

5.5.1 Mengubah Data Ordinal Ke Interval.....	93
5.5.2 Uji Normalitas.....	93
5.5.3 Uji Linieritas	94
5.6 Uji Hipotesis Penelitian	95
5.6.1 Korelasi Produk Pearson Moment	95
5.6.2 Koefisiensi Determinasi.....	96
5.6.3 Uji t.....	96
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	99
6.1 Kesimpulan	99
6.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Acara kunjungan kerja presiden Republik Indonesia	6
Gambar 1.2 Tito Karnavian, Wali band, Mahalini & Rizki Febian	9
Gambar 5.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga perbandingan sewa kendaraan rental mobil Rafa.....	8
Tabel 1.2 Data penjualan jasa sewa kendaraan	10
Tabel 2.1 Alur Pemikiran	28
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Oprasional Variabel	34
Tabel 3.2 Kriteria Validitas.....	41
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha.....	42
Tabel 3.4 Kriteria penilaian berdasarkan rata-rata skor	45
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 5.2 Case Processing Summary	56
Tabel 5.3 Reliability Statistics	56
Tabel 5.4 Item-Total Statistics	57
Tabel 5.5 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 5.6 Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 5.7 Rentang Skor Empirik dari Dimensi Kualitas Pelayanan	60
Tabel 5.8 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Tangibels	61
Tabel 5.9 Deskripsi Jawaban per Indikator Dimensi Tangibels	63
Tabel 5.10 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Keandalan (Reliability).....	64
Tabel 5.11 Deskripsi Jawaban per Indikator Dimensi Reliability	66
Tabel 5.12 Distribusi Jawaban per Item Dimensi Responsiveness.....	67
Tabel 5.13 Deskripsi Jawaban Per Indikator Dimensi Responsiveness	68
Tabel 5.14 Distribusi Jawaban per Item Dimensi Assurance	69
Tabel 5.15 Deskripsi Jawaban Per Indikator Dimensi Assurance	71
Tabel 5.16 Distribusi Jawaban per Item Dimensi Empaty	72
Tabel 5.17 Deskripsi Jawaban Per Indikator Dimensi Empaty	73
Tabel 5.18 Rentang Skor Empirik dari Dimensi Kepuasan Pelanggan	75
Tabel 5.19 Rentang Skor Empirik dari Dimensi Kepuasan pelanggan.....	75
Tabel 5.20 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Kepuasan Pelanggan Keseluruhan	76

Tabel 5.21 Deskripsi Jawaban per Indikator Dimensi Kepuasan Pelanggan Keseluruhan.....	77
Tabel 5.22 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	79
Tabel 5.23 Deskripsi Jawaban per Indikator Dimensi Kepuasan Pelanggan	80
Tabel 5.24 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Konfirmasi Harapan	81
Tabel 5.25 Deskripsi Jawaban per Indikator Dimensi Konfirmasi Harapan	82
Tabel 5.26 Distribusi Jawaban Per Item Minat Pembelian Ulang	84
Tabel 5.27 Deskripsi Jawaban per Indikator Dimensi Minat Pembelian Ulang....	85
Tabel 5.28 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Kesiediaan Untuk Merekomendasi	86
Tabel 5.29 Deskripsi Jawaban per Indikator Dimensi Kesiediaan Untuk Merekomendasi	88
Tabel 5.30 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Ketidakpuasan Pelanggan	89
Tabel 5.31 Deskripsi Jawaban per Indikator Dimensi Ketidakpuasan Pelanggan	90
Tabel 5.32 Rekapitulasi Pencapaian Masing-Masing Seluruh Variabel	91
Tabel 5. 33 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	94
Tabel 5. 34 ANOVA Table.....	95
Tabel 5.35 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	95
Tabel 5.36 Coefficients	97

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia dianggap sebagai makhluk sosial karena mempunyai dorongan dan kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain. Sebagai makhluk sosial, kita ingin memenuhi kebutuhan universal seperti kebutuhan ekonomi, kebutuhan biologis, dan lain-lain. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, manusia tidak bisa hidup sendiri melainkan harus bekerja sama dengan orang lain. Hal ini tidak dapat dicapai tanpa kerja sama dan ikatan yang baik. Oleh karena itu, manusia saling membutuhkan dan berinteraksi dengan orang lain, baik secara individu maupun kelompok. Dengan bantuan orang lain, manusia dapat berkomunikasi dan mengembangkan potensinya secara penuh.

Komunikasi adalah penyampaian dan pemahaman pesan dari satu orang ke orang lain melalui proses sosial. Komunikasi terjadi untuk menciptakan hubungan yang baik antar manusia. Pada dasarnya kegiatan komunikasi adalah pertukaran pikiran dan gagasan. Secara sederhana, komunikasi dapat diartikan sebagai kegiatan penyampaian pesan dari seseorang ke orang lain dengan tujuan mencapai suatu kesamaan pandangan. Dalam bidang apa pun, komunikasi yang konstan diperlukan untuk menciptakan komunikasi yang baik dan mendatangkan kepuasan kepada pelanggan demi kepentingan perusahaan dan membangun hubungan baik bagi perusahaan.

Para ilmuwan berpendapat bahwa komunikasi adalah proses di mana dua orang atau lebih untuk membentuk dan bertukar informasi satu sama lain, yang menghasilkan saling pengertian yang mendalam. Menurut Terry dan Franklin, komunikasi adalah seni mengembangkan dan memperoleh pemahaman antar manusia. Komunikasi adalah proses pertukaran informasi dan perasaan antara dua orang atau lebih dan penting untuk manajemen yang efektif.

Salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal merupakan suatu bentuk komunikasi antara dua orang atau lebih yang

sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Komunikasi interpersonal dianggap efektif jika pertemuan komunikasi tersebut membuat lawan bicaranya tertarik. Secara umum, komunikasi interpersonal mengacu pada komunikasi yang terjadi antara dua orang, komunikasi interpersonal tidak dapat dihindari dan sangatlah penting. Komunikasi interpersonal berperan dalam mempengaruhi dan mendefinisikan hubungan itu sendiri. komunikasi interpersonal juga merupakan strategi yang sering digunakan dalam perusahaan dan bisnis karena memiliki banyak dampak positif bagi perusahaan. Semakin tinggi kualitas komunikasi interpersonal dalam suatu perusahaan, maka semakin besar pula manfaatnya bagi perusahaan atau perusahaan itu sendiri.

Komunikasi pribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang, atau antara sejumlah kecil orang, dengan beberapa pengaruh dan umpan balik (*the process of sending and receiving messages between two person or among a small group of person, with effect and some immediate feedback*). (Kurniawan et al., 2018) Menurut Hardjana menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah interaksi pribadi antara dua orang atau lebih, pengirim pesan dapat menyampaikan pesan itu secara langsung, dan penerima pesan dapat menerima pesan secara langsung. (Putri, 2016)

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah komunikasi interpersonal dan pelayanan yang baik. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kotler bahwa pelanggan akan lebih puas dengan karyawan yang memiliki keterampilan berinteraksi dengan orang lain dan dapat membaca emosi dari kesadaran sosial. Menurut Maknunah & Astuningtyas (2021) Komunikasi interpersonal yang baik antara pengemudi dan pelanggan menciptakan kenyamanan dan kepuasan. pelanggan merupakan salah satu aspek yang penting yang membuat sebuah perusahaan dapat bertahan maka perlu kemampuan komunikasi yang baik bagi seluruh karyawan perusahaan yang berhubungan langsung dengan pelanggan yang akhirnya akan menimbulkan kepuasan pelanggan.

Menurut Putri (2016) pelayanan prima bertajuk komunikasi atau *Service Excellent* merupakan penerapan komunikasi dalam menunjang perbuatan atau tindakan kepada pelanggan apa yang mereka harapkan pada saat mereka

membutuhkan, dengan cara yang mereka inginkan. Demikian dilakukan untuk menciptakan hubungan baik sehingga dapat mencapai kesejahteraan bersama serta menjaga kepuasan, kenyamanan dan integritas. Cara memberikan pelayanan yang terbaik dapat diwujudkan apabila kita dapat menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab yang baik terkoordinasi. Penonjolan kemampuan inilah yang sebenarnya membedakan antara konsep pelayanan biasa dan pelayanan prima karena tumpuan keberhasilan melaksanakan dan membudayakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan seseorang atau kelompok orang untuk melaksanakan layanan secara optimal.

Pelayanan Prima (*Service Excellent*) bukan hanya sekedar memberikan suatu layanan, hal ini memerlukan sedikit pelayanan ekstra dan sesuai dengan harapan pelanggan yang mengharapkan pelayanan yang terbaik. Berarti membuat karyawan yang bekerja di perusahaan melakukan pilihan, langkah, sikap dalam berhubungan dengan pelanggan yang tepat. Berdasarkan latar belakang di atas penulis terdorong untuk meneliti tentang pengaruh pelayanan prima upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh rental mobil Rafa selalu berusaha untuk menemukan cara-cara yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Namun masih muncul pertanyaan, apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan rental mobil Rafa bila dilihat dari lima dimensi pelayanan yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Rental mobil Rafa perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan harapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) yang dikutip dari buku manajemen pemasaran bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Bisa diartikan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan atau konsumen setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan. Perasaan itu timbul karena pelanggan membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan.

Dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut akan berdampak positif untuk bagi perusahaan atau bisnis tersebut. Apabila pelanggan atau konsumen merasa puas akan suatu produk atau pelayanan tentunya pelanggan tersebut akan selalu menggunakan jasa tersebut secara terus menerus. Dengan begitu jasa dari perusahaan tersebut dinyatakan laris di pasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh keuntungan dan akhirnya perusahaan akan tetap *survive* atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang.

Salah satu bisnis yang saat ini sedang populer setelah wabah virus covid-19 adalah rental mobil. Pertumbuhan rental mobil di Indonesia tepatnya di kota Palembang sudah berkembang pesat melihat kota Palembang mempunyai dunia bisnis yang luas. Secara nasional, pertumbuhan usaha rental di Indonesia diperkirakan naik antara 20% hingga 30% per tahunnya. Menurut Asosiasi Perusahaan Rental Kendaraan Indonesia (Asperkindo), perputaran uang pada industri jasa penyewaan ini bisa menembus angka sebesar 20 triliun per tahunnya dengan nilai investasinya mencapai 75 triliun. Saat ini diperkirakan ada 5.000 lebih perusahaan penyedia jasa rental mobil di negara Indonesia. Jadi tidak mengenal siapa orang itu sekarang semua masyarakat dapat membawa mobil kapan pun dan dimana pun untuk menunjang kegiatan sehari-hari, baik kegiatan bisnis maupun keperluan pribadi.

Palembang merupakan salah satu kota dengan jumlah pengusaha rental mobil terbanyak di Indonesia ini membuktikan bahwa industri pariwisata dan bisnis di kota Palembang mengalami perkembangan dari tahun ke tahunnya. Hal ini jelas menunjukkan bahwa persaingan industri pariwisata dan bisnis dalam bidang jasa penyewaan mobil dituntut agar mampu bersaing untuk memberikan daya tarik kepada konsumennya dan memenangkan segementasi pasar serta mengoptimalkan keuntungan perusahaan. Rental mobil Rafa adalah salah satu rental mobil ternama yang ada di kota Palembang yang letaknya berada di pusat kota Palembang.

Rental mobil Rafa merupakan salah satu rental mobil yang berdiri sejak tahun 2012. Rental mobil Rafa sudah memiliki banyak pengalaman dalam memberikan jasa pelayanan prima kepada pelanggan perorangan, instansi swasta maupun pemerintahan. Rental mobil Rafa mempunyai unit kendaraan terbaru dan

pegawai yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Harga yang ditawarkan pun bisa dibilang merakyat dan masih terjangkau. Rental mobil Rafa sendiri menyediakan berbagai jenis-jenis unit kendaraan yang bisa di pilih langsung oleh pelanggan sesuai kebutuhan yang di perlukan. Kesuksesan sebuah rental mobil tidak hanya terletak dari bagus nya kendaraan dan harga dari penjualan melainkan dari sebuah jasa kualitas pelayanan yang diberikan supir kepada pelanggan.

Supir sendiri merupakan suatu ujung tombak kesuksesan dari sebuah rental mobil, seorang supir tidak hanya harus memiliki kemampuan dalam berkendara atau membawa mobil saja namun juga pengetahuan dan skill yang baik untuk penerapan dalam komunikasi dengan pelanggan. Seorang supir juga harus membangun sebuah citra diri yang baik dan menarik pada dirinya untuk menarik pelanggan yang akan menggambarkan citra dari merek rental mobil Rafa kepada pelanggan, karena bagi pelanggan merek dapat memberikan nilai dalam memperkuat pemahaman mereka akan proses informasi, memupuk rasa percaya diri dalam membeli serta meningkatkan kepuasan kepada pelanggan. Selain itu bagi perusahaan sendiri citra yang baik dari perusahaan dapat meningkatkan keberhasilan program pemasaran untuk memikat minat pelanggan baru atau tetap mempertahankan pelanggan yang lama, maka dari itu seorang supir dituntut untuk harus memiliki komunikasi yang baik agar komunikasi dengan pelanggan memberikan pesan yang baik.

Komunikasi Interpersonal yang berlangsung antara supir dan pelanggan seperti halnya memberikan pengetahuan tentang tempat rekomendasi kepada pelanggan, memberikan rekomendasi tentang tempat makan yang akan di kunjungi pelanggan, bersikap menghargai dengan memberikan keputusan penuh terhadap pelanggan, bersikap ramah kepada pelanggan yang menyewa mobil dan melayani sepenuh hati. Berdasarkan wawancara peneliti dengan owner dari rental mobil Rafa. Rental mobil Rafa sendiri mempunyai 2 cabang yang ada di kota Palembang dan kota Jakarta.

Dari penjelasan yang sudah dipaparkan peneliti melihat beberapa alasan mengapa ingin meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rental mobil rafa kota Palembang, beberapa alasan ini adalah :

1. Rental mobil rafa melayani tim sekretariat presiden, presiden maupun wakil presiden.
2. Harga sewa unit kendaraan rental mobil Rafa yang bersaing dengan rental mobil lainnya
3. Para pejabat, artis papan atas, menggunakan rental mobil Rafa

Ketiga alasan tersebut akan dipaparkan lebih rinci sebagai berikut :

1. **Rental mobil rafa melayani tim sekretariat presiden, presiden maupun wakil presiden.**

Gambar 1. 1 Acara kunjungan kerja presiden Republik Indonesia Acara kunjungan kerja presiden Republik Indonesia





Sumber: Perusahaan rental mobil Rafa,2024

Setiap kunjungan kerja yang dilakukan presiden atau wakil presiden membutuhkan banyak keperluan dan persyaratan yang harus diikuti dengan baik, karena para supir rental (masyarakat sipil) akan berkolaborasi dengan aparat negara mulai dari kepolisian, brimob, tentara, polisi militer. kunjungan kerja ini biasa di bentuk rangkaian atau kawalan yang disebut rangkaian RI 1. Rangkaian RI 1 ini memerlukan banyak unit kendaraan yang bisa berkisar 50 unit kendaraan sampai 100 unit kendaraan. Dari segi keamanan, kenyamanan, kelayakan seluruh unit kendaraan di perhatikan, misalnya seperti ban mobil, pengereman, kedinginan ac,

dan lain sebagainya. Oleh karena itu, usaha rental mobil terus berkembang pesat dan rental mobil Rafa memanfaatkan situasi ini untuk bersaing di usaha jasa rental mobil yang ada di kota Palembang.

2. Harga sewa unit kendaraan rental mobil Rafa yang bersaing dengan kompetitor

Tabel 1. 1 Harga perbandingan sewa kendaraan rental mobil Rafa

Daftar harga kendaraan Rafa			Daftar harga kendaraan Barometer	
No	Jenis Kendaraan	Harga	Jenis Kendaraan	Harga
1	Toyota Alphard	Rp. 2.500.000	Toyota Alphard	Rp. 3.000.000
2	Toyota Vellfire	Rp. 2.500.000	Toyota Vellfire	Rp. 3.000.000
3	Toyota Hiace Commuter	Rp. 1.200.000	Toyota Hiace Commuter	Rp. 1.500.000
4	Toyota Hiace Premio	Rp. 1.400.000	Toyota Hiace Premio	Rp. 1.600.000
5	Toyota Fortuner	Rp. 1.000.000	Toyota Fortuner	Rp. 1.200.000
6	Mitsubishi Pajero Sport	Rp. 1.000.000	Mitsubishi Pajero Sport	Rp. 1.200.000
7	Toyota Innova Reborn	Rp. 700.000	Toyota Innova Reborn	Rp. 850.000
8	Toyota Innova Venturer	Rp. 850.000	Toyota Innova Venturer	Rp. 950.000
9	Toyota All New Avanza	Rp. 500.000	Toyota All New Avanza	Rp. 600.000
10	Toyota Innova Zenix	Rp. 950.000	Toyota Innova Zenix	Rp. 1.050.000

Sumber: Perusahaan rental mobil Rafa & Barometer

Dengan persaingan antara perusahaan satu dengan yang lainnya pasti salah satu yang palih disorot adalah masalah harga sebuah produk yang mereka keluarkan bila dilihat dari gambar perbandingan harga tersebut kita telah mengetahui rental mobil Barometer adalah salah satu rental mobil terkenal yang ada di kota Palembang dan satu lagi adalah rental mobil Rafa yang merupakan salah satu rental yang sudah memiliki banyak pengalaman dibidang jasa pelayanan. Memang jika dibandingkan secara langsung benar jika harga jual produk produk yang ditawarkan oleh Barometer memiliki harga yang tinggi dikarenakan selain kualitas yang sudah terbukti baik mereka juga telah berhasil melakukan *branding* di kota Palembang

dan rental mobil Rafa hadir dipasar Palembang sebagai *brand* yang menawarkan harga lebih terjangkau tetapi tidak mengesampingkan kualitas dimana mereka benar benar memperhatikan kualitas kendaraan yang mereka keluarkan dimana unit kendaraan yang mereka pilih juga tidak kalah baik dari produk yang dikeluarkan oleh Barometer.

3. Para pejabat, artis papan atas menggunakan rental mobil Rafa

Gambar 1. 2 Tito Karnavian, Wali band, Mahalini & Rizki Febian



Sumber: Instagram rental mobil Rafa,2024

Dari sekian banyak artis dan pejabat berikut di atas adalah beberapa tokoh artis dan pejabat yang telah menggunakan jasa sewa kendaraan rental mobil Rafa. Rental mobil Rafa memberikan supir yang berkualitas dan berpengalaman, mampu berkomunikasi dengan baik, dan mengerti apa yang di inginkan pelanggan. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan memberikan pelayanan untuk menggunakan jasa transportasi di dalam kota maupun luar kota yang didalamnya terdapat penyampaian jasa, kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi hal penting dalam memuaskan pelanggan. memahami apa yang pelanggan butuhkan dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan ada nilai tersendiri bagi suatu perusahaan. Pelayanan adalah salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan didasari faktor material melalui prosedur dan metode tertentu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan haknya. Tentu saja hal ini menjelaskan bahwa pelayanan adalah suatu bentuk sistem yang

di rancang kusus melalui prosedur dan metode tertentu yang di berikan kepada pelanggan agar kebutuhan yang diperlukan konsumen dapat terpenuhi sesuai harapan konsumen.

Rental mobil Rafa menyediakan supir yang berpengalaman, kualitas pelayanan yang baik, unit mobil terbaru, dan lainnya. Selain menyediakan layanan terhadap pelanggan, rental mobil Rafa juga memerlukan media yang dipakai untuk melengkapi kegiatan promosi maupun kegiatan lain didalam instansi. Rental mobil Rafa adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan. Rental mobil Rafa bertujuan untuk membantu masyarakat atau organisasi ketika memerlukan jasa penyewaan mobil atau kendaraan untuk macam-macam keperluan seperti keperluan pribadi dan keperluan pemerintahan. Pada kenyataannya rental mobil Rafa dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan masih dilakukan secara biasa saja. Dibawah ini adalah beberapa data jumlah pelanggan yang menyewa mobil di rental mobil Rafa Palembang selama 6 bulan terakhir (terhitung Juli 2023 – Desember 2023)

Tabel 1. 2 Data penjualan jasa sewa kendaraan pada rental mobil Rafa Palembang 2023

Bulan & Tahun	Alphard (BG 88 JL)	Alphard (B 1316 FIR)	Vellfire (BG 1415 R)	Innova (BG 1938 MA)	Hiace (BG 7184 OI)
Juli 2023	17	15	16	31	29
Agustus 2023	22	19	16	22	29
Septmbr 2023	30	16	22	30	29
Oktober 2023	24	17	31	31	16
Novmber 2023	23	22	30	30	25
Desembr 2023	0	7	31	31	28

Sumber: Perusahaan Rental Mobil Rafa,2023

Dengan semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan produk jasa guna menciptakan kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan maka diperlukan cara yang terbaik untuk memberikan kualitas pelayanan. Adapun salah satu produk jasa yang ditawarkan yaitu jasa penyewaan mobil. Rental mobil Rifa mempunyai tujuan yang hendak dicapai yaitu menciptakan kepuasan pelanggan. Rental mobil Rifa selalu ingin memuaskan pelanggannya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan fasilitas-fasilitas yang baik serta menawarkan harga yang lebih terjangkau.

Berdasarkan beberapa penjabaran tersebut, maka penelitian ini akan membahas tentang apakah kualitas pelayanan yang diberikan sudah sempurna kepada pelanggan karena sangat berpengaruh kepada kepuasan yang dirasakan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana cara melayani pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan, serta diharapkan dapat memberikan saran ataupun masukan bagi perusahaan rental lainnya untuk memaksimalkan pelayanan sempurna. Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk menyusun Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rental Mobil Rifa Kota Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Agar penelitian dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya, maka penulis harus merumuskan masalahnya sehingga jelas dari mana harus memulai, Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rental mobil Rifa ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian haruslah sejalan dengan perumusan masalah yang telah ada Sebelumnya. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rental mobil Rifa.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan menjadi salah satu sumbangan bagi pengembangan ilmu sosial khususnya berkaitan dengan mata kuliah komunikasi antar pribadi berupa hasil temuan empiris, mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta menjadi sumber perbandingan dalam penelitian oleh berbagai pihak.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi mengenai bagaimana Kualitas Pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga bisa menjadi acuan bagi perusahaan rental mobil Rafa / organisasi terkait dan juga bagi para pelanggan rental mobil Rafa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Afan Zain. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2(2), 47–54. <https://doi.org/10.55352/maqashid.v2i2.269>
- Amir, A. F., Zaini, A., Niaga, A., Malang, P. N., Pelanggan, P. K., & Pelanggan, K. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa rental mobi pada PT. Rafa Travelindo Mandiri*. 57–60.
- Budi. (2020). *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Specs Di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Sriwijaya Angkatan 2016 Kampus ...* <https://repository.unsri.ac.id/42438/>
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran & kepuasan pelanggan* (Cetakan pe).
- Indriani, A., & Nurcaya, I. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Word Of Mouth yang Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan pada PT. Auto Bagus Rent A Car Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(5), 1301–1321. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/11737>
- Jalaludin, J. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Bina Sejahtera Bangun Persada Serang Banten*. 1(2), 40–48.
- Kurniawan, A., Nugroho, A. A., & Mulyono, S. (2018). Sistem Informasi Rental Mobil Terintegrasi Menggunakan Service Oriented Architecture. *TRANSISTOR Elektro Dan Informatika*, 2(2), 134–142. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/EI/article/view/3053/2216>
- Kusuma, R. W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–17.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>
- Maknunah, L. U., & Astuningtyas, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Blitar the Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction Course and Training Institution (Lkp) Citra Jelita Wonorejo Village , Srengat District Blitar District. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 14(02), 339–361.
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan*. 07(01), 53–62. <https://doi.org/10.31575/jp.v7i1.465>
- Nanincova, N. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Noach Cafe And Bistro*. 7(2).
- Nugroho, Siti Aminah, U. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 5(4), 930–935.

<https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.2374/http>

- Palijama, F. (2023). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Kendaraan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Revenue Manuscript*, 1, 10–17. <http://revenue-manuscript.org/index.php/revenue/article/view/5%0Ahttp://revenue-manuscript.org/index.php/revenue/article/download/5/2>
- Putri, N. H. (2016). Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 198–204. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i2.4001>
- Rakhamt, Jalaludin & Ibrahim, I. S. (2016). Metode Penelitian Komunikasi. In *Simbiosis Rekatama Media* (Vol. 1, p. 320).
- Raputri. (2015). PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Galang Tanjung*, 8(2), 1–9.
- Sembiring, I. (2014). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.
- Shofwan, M. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rental mobil S.A.D Sejahtera Boulevard kota Malang*. 16(5), 64–71.
- Wiwik Sulistiyowati, ST., M. T. (2018). *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. (Budi, 2020)(Lestari & Iskandar, 2021)(Kusuma, 2015)(Nanincova, 2019)Ahmad Afan Zain. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2(2), 47–54. <https://doi.org/10.55352/maqashid.v2i2.269>
- Amir, A. F., Zaini, A., Niaga, A., Malang, P. N., Pelanggan, P. K., & Pelanggan, K. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa rental mobi pada PT. Rafa Travelindo Mandiri*. 57–60.
- Budi. (2020). *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Specs Di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Sriwijaya Angkatan 2016 Kampus ...* <https://repository.unsri.ac.id/42438/>
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran & kepuasan pelanggan* (Cetakan pe).
- Indriani, A., & Nurcaya, I. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Word Of Mouth yang Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan pada PT. Auto Bagus Rent A Car Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(5), 1301–1321. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/11737>
- Jalaludin, J. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Bina Sejahtera Bangun Persada Serang Banten*. 1(2), 40–48.
- Kurniawan, A., Nugroho, A. A., & Mulyono, S. (2018). Sistem Informasi Rental Mobil Terintegrasi Menggunakan Service Oriented Architecture. *TRANSISTOR Elektro Dan Informatika*, 2(2), 134–142. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/EI/article/view/3053/2216>

- Kusuma, R. W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–17.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>
- Maknunah, L. U., & Astuningtyas, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Blitar the Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction Course and Training Institution (Lkp) Citra Jelita Wonorejo Village , Srengat District Blitar District. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 14(02), 339–361.
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan*. 07(01), 53–62. <https://doi.org/10.31575/jp.v7i1.465>
- Nanincova, N. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Noach Cafe And Bistro*. 7(2).
- Nugroho, Siti Aminah, U. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 5(4), 930–935. <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.2374/http>
- Palijama, F. (2023). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Kendaraan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Revenue Manuscript*, 1, 10–17. <http://revenuemanuscript.org/index.php/revenue/article/view/5%0Ahttp://revenuemanuscript.org/index.php/revenue/article/download/5/2>
- Putri, N. H. (2016). Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 198–204. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i2.4001>
- Rakhamt, Jalaludin & Ibrahim, I. S. (2016). Metode Penelitian Komunikasi. In *Simbiosis Rekatama Media* (Vol. 1, p. 320).
- Raputri. (2015). PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Galang Tanjung*, 8(2), 1–9.
- Sembiring, I. (2014). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.
- Shofwan, M. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rental mobil S.A.D Sejahtera Boulevard kota Malang*. 16(5), 64–71.
- Wiwik Sulistiyowati, ST., M. T. (2018). *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*.