

Pengalaman Pelanggan Dalam Menyikapi Pelayanan dan Harga Sewa pada Usaha Rental Mobil

Nur Kholida¹, Naila Dzikrina Fatimah², Aniqotus Zuhro' Fitriana³

^{1,2,3}Manajemen Dakwah, Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

¹kholidanur935@gmail.com, ²nailadzikrinafatinah@gmail.com,
³aniqotus2402@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam pengalaman pelanggan dalam menyikapi pelayanan dan harga sewa pada usaha rental mobil. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari tiga orang informan yang merupakan pelanggan aktif dari tiga jasa rental mobil, yaitu Ovenrentcar, Dinda Group, dan Rentalmobil22. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, yakni pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) yang bersifat semi-terstruktur untuk menggali pengalaman dan persepsi pelanggan secara komprehensif. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yang mencakup tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi informasi, kejelasan prosedur, dan kualitas kendaraan merupakan faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan tidak hanya mempertimbangkan harga sewa semata, tetapi juga memperhatikan kesesuaian antara harga dengan kualitas kendaraan serta kenyamanan pelayanan yang diterima. Implikasi dari temuan ini menunjukkan pentingnya peningkatan standar pelayanan dan penerapan komunikasi yang efektif antara pihak penyedia jasa dan pelanggan guna membangun loyalitas serta kepercayaan yang berkelanjutan.

Kata Kunci : Pelayanan, Rental Mobil, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Harga Sewa

Abstrak

This study aims to describe in depth the customer experience in responding to the service and rental prices in car rental businesses. The approach used is a descriptive qualitative approach. The sample in this study consisted of three informants who were active customers of three car rental services, namely Ovenrentcar, Dinda Group, and Rentalmobil22. The sampling technique used was purposive sampling, namely the deliberate selection of informants based on certain criteria that are relevant to the research objectives. The data collection technique was carried out through in-depth interviews that were semi-structured to explore customer experiences and perceptions comprehensively. The data obtained were analyzed using thematic analysis techniques, which include the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that transparency of information, clarity of procedures, and vehicle quality are the main factors that influence the level of customer satisfaction. Customers do not only consider the rental price alone, but also pay attention to the suitability between price and vehicle quality and the comfort of the service received. The implications of these findings indicate the importance of improving service standards and implementing effective communication between service providers and customers in order to build loyalty and sustainable trust.

Keyword : service, car rental, customer experience, customer satisfaction, rental price

1. PENDAHULUAN

Transportasi memiliki peranan vital dalam menunjang mobilitas masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi, terlebih di era globalisasi yang menuntut kecepatan dan efisiensi. Di tengah



kebutuhan mobilitas yang semakin tinggi, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti rental mobil hadir sebagai alternatif solusi praktis bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan perjalanan, baik untuk keperluan pribadi, wisata, maupun bisnis. Namun, di balik pertumbuhan sektor ini, terdapat tantangan yang tidak bisa diabaikan, khususnya terkait kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

UMKM atau usaha Rental mobil menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang butuh transportasi yang sifatnya hanya sementara, Hal ini terjadi karena meningkatnya mobilitas masyarakat, dalam keperluan pribadi, wisata, maupun kegiatan bisnis masyarakat. Di tengah pertumbuhan usaha rental mobil ini, ekspektasi dari pelanggan terhadap pelayanan yang berkualitas dan harga sewa yang kompetitif semakin meningkat. Masyarakat atau pelanggan bukan hanya menilai dari kondisi fisik kendaraan, tetapi juga mempertimbangkan transparansi biaya, proses penyewaan, serta keamanan dan kenyamanan yang ditawarkan pemilik usaha rental mobil.

Berbagai keluhan dari pelanggan mencuat, mulai dari ketidaksesuaian antara harga sewa dan kualitas pelayanan, hingga kondisi kendaraan yang kurang layak pakai. Tak jarang, pelanggan dihadapkan pada pelayanan yang kurang profesional, proses administrasi yang rumit dan tidak transparan, serta adanya biaya tambahan yang tidak diinformasikan sebelumnya. Hal-hal tersebut mencerminkan belum adanya standar pelayanan yang konsisten dan rendahnya perhatian terhadap pemeliharaan kendaraan serta komunikasi yang jelas dengan pelanggan. Masih ada keluhan dari para pelanggan usaha rental mobil. Masalah yang paling banyak adalah ketidaksesuaian pada harga sewa. Pelanggan merasa biaya dalam sewa yang disediakan oleh jasa rental mobil tidak sebanding dengan kondisi fisik mobil dan pelayanan yang diberikan oleh pihak jasa. Ketika pelanggan menemukan kendaraan dalam kondisi yang rusak dan pelayanan yang tidak profesional, hal itu menimbulkan kekecewaan terhadap ketidakpuasan terhadap harga yang disediakan oleh pihak jasa rental mobil.

Selain itu, masalah yang juga menjadi hambatan tersendiri bagi pelanggan yaitu proses administrasi penyewaan yang tidak transparan dan terlalu rumit. Contoh, terdapat biaya tambahan saat pengembalian kendaraan dan informasi tersebut tidak disampaikan sejak awal. Hal tersebut menimbulkan kesan negatif terhadap profesionalisme kepada penyedia jasa. Masalah lain yang tidak kalah penting adalah kondisi fisik dari kendaraan yang tidak sesuai dengan harapan. Terkadang Mobil yang disewa dalam kondisi yang tidak layak, seperti AC tidak berfungsi dan kebersihan yang kurang terjaga. Hal tersebut terjadi karena kurangnya informasi dari awal atau kegagalan mengenai kondisi mobil dan kegagalan dari pihak rental mobil dalam melakukan pengecekan rutin. sehingga masalah tersebut menyebabkan tingginya rasa ketidakpuasan pelanggan.

Permasalahan-permasalahan tersebut tidak hanya berdampak pada pengalaman negatif konsumen, tetapi juga berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya dapat merugikan usaha rental secara finansial maupun reputasi. Jika tidak segera diatasi, maka usaha di bidang ini, terutama yang termasuk dalam kategori UMKM, akan kesulitan untuk berkembang secara berkelanjutan.

Sejumlah penelitian sebelumnya menggarisbawahi pentingnya kualitas pelayanan dan transparansi sebagai faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam bisnis rental mobil. Hasil penelitian Jasmine (2024) menemukan bahwa aspek tangible dan empati menyumbang 66,1% terhadap tingkat kepuasan konsumen. Penelitian lain dari Sujarwo (2024) juga menekankan bahwa emosi dan ekspektasi pelanggan menjadi indikator penting dalam menilai mutu layanan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menjadi relevan dan mendesak untuk dilakukan guna memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana kualitas layanan dan struktur harga memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada usaha rental mobil. Temuan dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi pelaku usaha dalam meningkatkan pelayanan

secara sistematis, menciptakan transparansi, serta membangun loyalitas pelanggan yang berkesinambungan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana pengalaman pelanggan dalam menanggapi kualitas pelayanan dan harga sewa yang ditawarkan oleh usaha rental mobil. Data dikumpulkan langsung dari pelanggan melalui wawancara dan observasi lapangan.

Ruang lingkup penelitian ini mencakup pelanggan yang pernah menggunakan layanan rental mobil dari tiga penyedia jasa di Kabupaten Jember, yaitu Ovel Rent car yang berlokasi di Tegal Besar, Rental Mobil Jember22 di daerah Jubung, dan Rental Mobil Dinda Group yang berada di Jl. Merak Gang 23, depan MTsN No. 2, Jember. Informan dipilih secara purposif berdasarkan pengalaman negatif maupun positif mereka dalam menggunakan layanan ketiga penyedia jasa tersebut. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 2 orang pelanggan, dan 1 penyedia jasa, yang dipilih berdasarkan pengalaman, latar belakang pekerjaan, dan frekuensi penggunaan layanan.

Fokus utama penelitian terletak pada pandangan dan penilaian pelanggan terhadap aspek pelayanan serta kesesuaian harga dengan kualitas layanan yang diterima. Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur dan lembar observasi. Instrumen ini dirancang berdasarkan indikator seperti keramahan petugas, ketepatan waktu pelayanan, kondisi kendaraan, serta persepsi pelanggan mengenai harga, apakah dianggap wajar, transparan, dan sebanding dengan layanan yang diterima.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung terhadap pelanggan berdasarkan pengalaman negatif maupun positif, dan pengamatan dilakukan saat proses pelayanan berlangsung, serta dokumentasi seperti ulasan atau brosur promosi dari pihak rental. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis tematik. Peneliti mengidentifikasi pola dan tema dari hasil wawancara dan observasi untuk memahami lebih dalam bagaimana pelanggan menilai layanan dan harga yang diberikan oleh ketiga usaha rental mobil tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memanfaatkan dua teknik utama untuk mengumpulkan data, yaitu wawancara langsung dengan pelanggan dan observasi lapangan. Wawancara dilakukan kepada pelanggan dari tiga penyedia jasa rental mobil di Jember (Ovel Rent car, Rental Mobil Jember22, dan Rental Mobil Dinda Group), sementara observasi digunakan untuk mengkaji lebih dalam tentang kualitas pelayanan dan kondisi kendaraan yang disewakan.

Harga Sewa yang tidak sesuai harapan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan bapak supriyanto, menyampaikan bahwa terdapat ketimpangan antara harga sewa kendaraan dengan layanan serta fasilitas yang mereka terima. Harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kondisi kendaraan sering kali tidak sesuai dengan kenyataan, sehingga menimbulkan rasa kecewa bahkan ketidakpercayaan terhadap penyedia jasa.

Di Ovel Rentcar, Dewi Wulandari sebagai pelanggan menyatakan bahwa harga sewa yang ditetapkan tergolong tinggi, namun tidak sebanding dengan kualitas kendaraan yang ditawarkan. Salah satu contoh keluhan yang muncul adalah kondisi bodi mobil lecet. Hal ini memicu ketidakpuasan karena pelanggan merasa mereka membayar lebih untuk layanan yang kurang layak.

Sementara itu, di Rental Mobil Jember22, walaupun harga sewa tergolong lebih terjangkau, terdapat keluhan bahwa pihak rental tidak memberikan informasi yang memadai tentang biaya tambahan. Beberapa pelanggan mengungkapkan bahwa mereka baru mengetahui adanya biaya tambahan seperti ongkos antar-jemput, biaya bahan bakar, atau deposit tertentu ketika transaksi sudah

berlangsung. Kurangnya transparansi ini membuat pelanggan merasa dirugikan dan menurunkan kepercayaan terhadap penyedia layanan.

Di sisi lain, Rental mobil Dinda Group dinilai memberikan harga sewa yang cukup kompetitif, namun masih terdapat kekurangan pada aspek pelayanan. Beberapa pelanggan menilai bahwa pendekatan layanan yang diberikan kurang ramah dan tidak komunikatif, terutama dalam hal menjelaskan kondisi kendaraan dan kebijakan sewa.

Perbedaan antara harapan dan kenyataan ini menunjukkan pentingnya kejelasan dan keterbukaan informasi dalam proses penyewaan. Harga sewa bukan hanya soal nominal, melainkan harus mencerminkan kualitas kendaraan, kelengkapan fasilitas, dan mutu pelayanan secara keseluruhan. Jika pelanggan merasa nilai yang mereka keluarkan tidak sepadan dengan layanan yang diterima, maka tingkat kepuasan pun akan menurun secara signifikan.

Dalam konteks ini, teori Customer Expectation and Perceived Service Quality dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) sangat relevan. Menurut mereka, kepuasan pelanggan ditentukan oleh selisih antara harapan pelanggan terhadap layanan (expected service) dan layanan yang benar-benar diterima (perceived service). Jika layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka akan muncul ketidakpuasan. Sebaliknya, apabila layanan yang diterima memenuhi atau bahkan melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa puas.

Selain itu, teori Value for Money menyatakan bahwa pelanggan mengevaluasi suatu produk atau jasa berdasarkan seberapa besar manfaat yang mereka peroleh dibandingkan dengan biaya yang mereka keluarkan. Dalam kasus ini, persepsi bahwa harga sewa tidak sepadan dengan kualitas kendaraan maupun pelayanan menunjukkan rendahnya nilai yang dirasakan oleh pelanggan.

Dengan demikian, penyedia jasa rental mobil perlu melakukan evaluasi terhadap struktur harga mereka dan memastikan bahwa seluruh informasi yang berkaitan dengan biaya sewa disampaikan dengan jujur dan jelas sejak awal. Penyesuaian harga juga sebaiknya dibarengi dengan peningkatan kualitas kendaraan dan pelayanan, agar pelanggan merasa memperoleh nilai yang sesuai dengan pengeluaran mereka.



Grafik 1: Rating paling rendah jasa rental mobil di jember

Kesulitan dalam Proses Penyewaan dan Tidak Transparan.

Salah satu keluhan utama Supriyanto dan Dewi Wulandari sebagai pelanggan berkaitan dengan proses administrasi penyewaan yang dirasa belum efisien dan kurang informatif. Dari hasil observasi di tiga penyedia jasa rental mobil di Jember, ditemukan bahwa sebagian besar proses administrasi masih dilakukan secara manual dan belum terstruktur dengan baik.

Di Rental Mobil Dinda Group, proses pemesanan kendaraan memerlukan komunikasi berulang kali melalui pesan singkat atau telepon tanpa adanya sistem reservasi daring yang jelas. Hal ini menyebabkan pelanggan harus mengkonfirmasi informasi secara terus-menerus, seperti ketersediaan mobil, harga final, dan syarat penyewaan. Beberapa pelanggan merasa tidak nyaman karena harus menunggu balasan dalam waktu yang tidak menentu dan merasa ragu apakah reservasi mereka telah dikonfirmasi dengan baik atau belum.

Selain itu, ada juga permasalahan terkait transparansi syarat dan ketentuan sewa. Beberapa

pelanggan mengaku baru mengetahui adanya biaya tambahan, seperti biaya keterlambatan pengembalian atau denda kerusakan, saat sudah melakukan pemesanan atau saat pengembalian mobil. Kurangnya sosialisasi mengenai aturan ini memunculkan kesan bahwa pihak rental tidak terbuka, bahkan ada pelanggan yang merasa "terjebak" dalam aturan yang tidak dijelaskan di awal.

Di Ovel Rentcar, meskipun sistem administrasi tampak lebih tertata, pelanggan masih mengeluhkan tidak adanya dokumen tertulis yang menjelaskan hak dan kewajiban penyewa secara rinci. Proses penyerahan kendaraan pun dilakukan tanpa serah terima formal yang mendokumentasikan kondisi mobil saat diterima dan dikembalikan. Akibatnya, apabila ada kerusakan atau keluhan, sering terjadi perdebatan antara pihak penyewa dan pemilik rental.

Permasalahan administratif ini tentu berpengaruh terhadap pengalaman dan tingkat kepercayaan pelanggan. Mereka tidak hanya menginginkan proses sewa yang cepat dan mudah, tetapi juga sistem yang transparan dan aman secara hukum. Minimnya sistem digital atau aplikasi sewa berbasis web atau mobile memperparah ketidaknyamanan ini.

Situasi situasi tersebut mencerminkan pentingnya penerapan teori Organizational Transparency seperti yang dikemukakan oleh Schnackenberg dan Tomlinson (2016). Dalam teori ini, transparansi organisasi dijelaskan sebagai sejauh mana sebuah entitas menyediakan informasi yang akurat, lengkap, dan mudah dipahami kepada pemangku kepentingannya. Tiga dimensi penting dalam transparansi organisasi adalah kelengkapan informasi (informational substantiality), keterlibatan pihak terkait (participation), dan akuntabilitas (accountability). Dalam konteks rental mobil, penerapan prinsip-prinsip ini berarti menyediakan informasi yang jelas sejak awal mengenai harga, biaya tambahan, syarat penyewaan, dan dokumentasi yang mencatat kondisi kendaraan.

Ketika hal tersebut dilakukan, maka kepercayaan dan kepuasan pelanggan akan meningkat karena mereka merasa aman dan dihargai sebagai pengguna layanan. Sebaliknya, tanpa transparansi, pelanggan akan merasa dirugikan dan enggan kembali menggunakan jasa tersebut. Oleh karena itu, penyedia rental mobil sangat disarankan untuk membenahi sistem administrasi dengan menggunakan teknologi seperti aplikasi pemesanan daring, formulir digital, dan sistem dokumentasi yang rapi agar proses penyewaan menjadi efisien, aman, dan profesional.

Dilain sisi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, pemilik usaha rental mobil perlu mempertimbangkan pembenahan sistem administrasi. Penggunaan teknologi seperti aplikasi pemesanan online, formulir digital, dan sistem tracking kendaraan bisa menjadi solusi jangka panjang yang mempermudah proses sekaligus meningkatkan profesionalisme penyedia jasa.

Pengalaman Negatif pada Fasilitas atau Kondisi Mobil

Salah satu aspek penting yang sangat memengaruhi kepuasan pelanggan dalam menyewa kendaraan adalah kondisi fisik mobil serta kelengkapan fasilitas pendukungnya. Dari hasil pengumpulan data melalui wawancara dengan beberapa konsumen, ditemukan bahwa sebagian besar pelanggan menilai kualitas kendaraan yang disediakan belum memenuhi ekspektasi, bahkan dalam beberapa kasus justru menimbulkan rasa kecewa.

Di Rental Mobil Jember22, Taufik sebagai salah satu pelanggan mengeluhkan bahwa kendaraan yang diberikan tidak melalui pengecekan menyeluruh sebelum digunakan. Keluhan yang muncul meliputi suara mesin yang kasar, kondisi ban yang aus, dan tidak tersedianya perlengkapan standar seperti dongkrak atau segitiga pengaman. Masalah tersebut dianggap membahayakan, terutama bagi pelanggan yang melakukan perjalanan jauh.

Di Dinda Group, keluhan yang muncul dari Santi sebagai pelanggan berkaitan dengan interior mobil yang tidak bersih, serta AC yang kurang dingin. Hal ini menyebabkan rasa tidak nyaman selama perjalanan, terutama di siang hari. Beberapa pelanggan bahkan menyatakan bahwa jok mobil dalam kondisi usang dan terdapat bekas noda yang tidak dibersihkan. Fasilitas hiburan seperti radio atau USB port juga dalam keadaan tidak berfungsi pada sebagian unit kendaraan.

Sementara itu, di Ovel Rentcar, keluhan Riski sebagai pelanggan berfokus pada dua hal: pertama, kurangnya kejelasan mengenai kondisi kendaraan sebelum disewa, dan kedua, penilaian kerusakan minor seperti lecet kecil. Meskipun pelanggan tidak dikenakan biaya atas kerusakan ringan, beberapa pelanggan tetap merasa kurang puas karena adanya lecet pada bodi mobil yang tidak diinformasikan sebelumnya. Mereka merasa kurang nyaman ketika mengetahui adanya bekas goresan atau penyok kecil setelah menerima kendaraan, karena merasa seharusnya kondisi tersebut dijelaskan saat serah terima. Ketiadaan dokumentasi awal yang rinci, seperti foto kendaraan sebelum disewa, menambah kesan bahwa prosedur penyewaan belum dilakukan secara transparan. Hal ini menyebabkan pelanggan merasa ragu apakah kerusakan tersebut sudah ada sebelumnya atau terjadi selama masa sewa.

Masalah-masalah tersebut menunjukkan pentingnya penerapan prosedur operasional standar dalam pemeriksaan kendaraan sebelum dan sesudah penyewaan. Salah satu pendekatan teoritis untuk memahami situasi ini adalah Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Model ini menekankan lima dimensi utama dalam kualitas layanan: tangibles (penampilan fisik dan kelengkapan fasilitas), reliability (keandalan layanan), responsiveness (ketanggapan terhadap kebutuhan pelanggan), assurance (jaminan keamanan dan kepercayaan melalui informasi yang jelas), dan empathy (perhatian personal terhadap kebutuhan pelanggan). Dalam konteks rental mobil, kelima dimensi ini menjadi dasar penting untuk mengevaluasi dan meningkatkan layanan secara menyeluruh. Misalnya, memastikan kendaraan bersih dan layak pakai (tangibles), memberikan informasi yang transparan terkait biaya dan kondisi kendaraan (reliability dan assurance), serta merespons keluhan pelanggan dengan cepat dan ramah (responsiveness dan empathy).

Dengan menerapkan prinsip-prinsip dari model SERVQUAL, penyedia jasa rental mobil dapat meningkatkan kualitas pelayanan, membangun kepercayaan pelanggan, dan menciptakan pengalaman sewa yang lebih baik. Penyedia jasa rental mobil disarankan untuk lebih memperhatikan kualitas kendaraan yang mereka sewakan, serta menyiapkan prosedur yang adil dan transparan terkait penanganan kerusakan. Penyampaian informasi yang jujur dan terbuka sejak awal dapat mencegah konflik serta menciptakan pengalaman sewa yang lebih positif bagi pelanggan.



Gambar 1. Goresan Mobil dengan Kondisi Kurang Layak.

Wawancara menunjukkan bahwa pelanggan sangat menghargai pelayanan yang responsif, transparan, dan jujur. Rental yang menyampaikan informasi dengan detail terkait kondisi mobil, biaya tambahan, dan syarat sewa, dinilai lebih profesional. Sebaliknya, pengalaman negatif sering kali berasal dari kurangnya komunikasi dan perbedaan antara yang dijanjikan dan kenyataan. Secara umum, pengalaman pelanggan dalam menggunakan jasa rental mobil di Jember sangat dipengaruhi oleh harga, pelayanan, dan kualitas kendaraan. Ketika harapan pelanggan tidak terpenuhi pada aspek-aspek tersebut, maka tingkat kepuasan pun menurun. Oleh karena itu, penting bagi pengelola usaha rental untuk meningkatkan pelayanan, menyederhanakan sistem sewa, serta menjaga kualitas mobil agar tetap prima.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengalaman pelanggan dalam menyikapi pelayanan dan harga sewa sangat dipengaruhi oleh transparansi, kejelasan prosedur, dan kualitas kendaraan. Tiga masalah utama yang ditemukan, yaitu harga yang tidak sebanding dengan layanan, proses sewa yang tidak transparan, serta kondisi kendaraan yang mengecewakan, merupakan faktor signifikan yang menghambat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, agar usaha rental mobil mampu bersaing secara sehat dan membangun kepercayaan pelanggan, pelaku usaha perlu melakukan perbaikan berkelanjutan. Perbaikan tersebut mencakup penyesuaian harga yang sebanding dengan kualitas kendaraan, penyederhanaan serta keterbukaan dalam proses penyewaan, dan pemeriksaan kendaraan secara rutin disertai penyampaian kondisi mobil secara jujur kepada pelanggan. Dengan langkah-langkah tersebut, layanan rental mobil tidak hanya akan menjadi pilihan sementara, melainkan juga dapat berkembang menjadi mitra transportasi yang terpercaya bagi masyarakat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Achmad Faisal, and Achmad Zaini. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Rental Mobil Pada Pt. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi" 7, no. 2 (2021): 57-60.
- Anam, Khoirul. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Rental Mobil Mitra Transport) Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 10, no. 9 (2021): 1-15.
- Darojah, Rofiatu, Kesi Widjajanti, and DC Kuswardani. "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening." *Sustainable Business Journal* 1, no. 1 (2022): 1. <https://doi.org/10.26623/sbj.v1i1.5140>.
- Dewi, Nina Kurnia. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Citilink Rute Domestik Di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya." *Flight Attendant Kedirgantaraan : Jurnal Public Relation, Pelayanan, Pariwisata* 4, no. 1 (2022): 95-97. <https://doi.org/10.56521/attendant-dirgantara.v4i1.403>.
- Jarwo, Sujarwo. "Analisis Pengaruh Sumber Daya Finansial, Kognitif Dan Emosional Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Pelanggan Pada Pt Serasi Autoraya (Trac AC Astra Rent a Car) Cabang Kaltengsel." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 9, no. 3 (2024): 366-81. <https://doi.org/10.35972/jieb.v9i3.1233>.
- Jasmine, Putri Dhea. "Pengaruh Tangible Dan Empathy Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT . Trans Armada Indonesia , Jakarta Utara," no. 3 (2024).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. <https://doi.org/10.1177/002224298504900403> (Original work published 1985)
- Schnackenberg, A. K., & Tomlinson, E. C. (2014). Organizational Transparency: A New Perspective on Managing Trust in Organization-Stakeholder Relationships. *Journal of Management*, 42(7), 1784-1810. <https://doi.org/10.1177/0149206314525202> (Original work published 2016)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019)