

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN RENTAL MOBIL CALL N GO  
TRANS KEDIRI MELALUI PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS  
PRODUK DAN PENANGANAN KELUHAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
pada Prodi Manajemen



OLEH:

**CITRA ANANDA RATRI**

2112010344

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2025**

Skripsi oleh:

**CITRA ANANDA RATRI**

NPM: 2112010344

Judul:

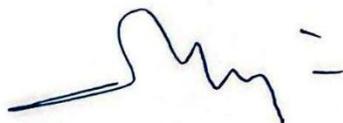
**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN RENTAL MOBIL CALL N GO  
TRANS KEDIRI MELALUI PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS  
PRODUK DAN PENANGANAN KELUHAN**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Tanggal : 07 Juli 2025

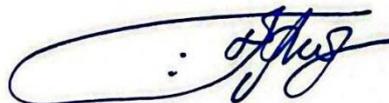
Pembimbing I



EDY DJOKO SOEPRAJITNO, S.E., M.M.

NIDN. 0715106203

Pembimbing II



HERY PURNOMO, S.E., M.M.

NIDN. 071307680

Skripsi oleh:

**CITRA ANANDA RATRI**

NPM: 2112010344

Judul:

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN RENTAL MOBIL CALL N GO  
TRANS KEDIRI MELALUI PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS  
PRODUK DAN PENANGANAN KELUHAN**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Pada tanggal : 14 Juli 2025

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji :

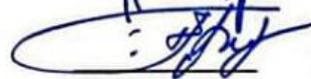
1. Ketua : Edy Djoko Soeprajitno, S.E, M.M



2. Penguji I : Susi Damayanti, S.Pd, M.M



3. Penguji II : Hery Purnomo, S.E, M.M



Mengetahui,  
Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.Si.  
NIDN. 0715078102

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Citra Ananda Ratri  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tgl. lahir : Lampung/ 10 Februari 2001  
NPM : 2112010344  
Fak/Jur./Prodi. : FEB/ S1 Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 14 Juli 2025

Yang Menyatakan

  
  
**CITRA ANANDA RATRI**  
NPM: 2112010344

## MOTTO

sebenarnya tidak ada yang perlu dikhawatirkan, Allah memang tidak menjanjikan hidupmu selalu mudah. Tetapi, dua kali Allah berjanji bahwa :

“Fa inna ma'al-'usri yusra,  
Inna ma'al-'usri yusra”  
(QS. Al-Insyirah: 5-6)

*“god have perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it's a worth to wait”*

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orangtuaku, ayahku tercinta dan ibuku tersayang yang telah memberikan doa, dukungan, cinta dan pengorbanan yang tak terhingga. Terimakasih atas segala sayang, nasehat yang tiada hentinya diberikan kepadaku. *'I love my father and mother very much'*.
2. Kepada ketiga kakak saya tersayang. Terimakasih atas doa, semangat dan dukungannya yang sangat luar biasa kepada saya dalam menempuh perkuliahan ini.
3. Kepada keluarga besar, terimakasih selalu mendoakan dan memberi semangat. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan dan kemudahan disegala urusannya.
4. Kepada seseorang tersayang yang selalu memberikan doa, dukungan, meluangkan waktu, tenaga, pikiran maupun materi kepada saya. Terimakasih untuk semua kebaikannya sampai sekarang dan terimakasih telah memberikan semangat dan selalu menasehati saya.
5. Kepada sahabat saya, Chornes Vraylin yang selalu kebersamai serta membantu dalam kerumitan menyusun skripsi ini. Terimakasih sudah menjadi teman yang baik yang selalu memberikan semangat dan motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu supaya dapat wisuda bersama-sama.

6. Teman-teman seperjuangan dari semester satu sampai detik ini “g21manajemen” yang tak bisa disebutkan satu per satu, terimakasih sudah berjuang bersama. Semoga sukses untuk kita semua.
7. Semua teman dan pihak yang tidak tercantum namanya, saya ucapkan terimakasih sebesar-besarnya atas doa dan dukungan atas penyelesaian tugas akhir ini.
8. Terakhir untuk diri saya sendiri, yang telah bertahan sampai saat ini. Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah di mulai. Terimakasih karena memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun prosesnya. Apapun kurang dan lebihmu mari kita rayakan bersama.

## ABSTRAK

**Citra Ananda Ratri** : Analisis Kepuasan Pelanggan Rental Mobil Call N Go Trans Kediri Melalui Pemasaran Digital, Kualitas Produk Dan Penanganan Keluhan, Skripsi, Manajemen, FEB UN PGRI Kediri, 2025

**Kata Kunci** : Pemasaran Digital, Kualitas Produk, Penanganan Keluhan, Kepuasan Pelanggan, Rental Mobil.

Kemajuan teknologi diiringi dengan kebutuhan manusia saat ini menuntut perusahaan untuk terus menerapkan dan mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan termasuk dalam bisnis rental mobil, termasuk Call n Go Trans Kediri. Pemasaran digital memberikan peluang bagi perusahaan untuk menjangkau pelanggan dengan lebih efektif, sementara kualitas produk yang baik dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan penanganan keluhan yang cepat dan transparan berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan subyek pelanggan Call n Go Trans Kediri. Tahapan penelitian meliputi perumusan masalah, studi literatur, pengembangan instrumen, pengumpulan data lewat kuisioner, dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini adalah pemasaran digital, kualitas produk, dan penanganan keluhan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwa pemasaran digital, kualitas produk, dan penanganan keluhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Call n Go Trans Kediri. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat, penyediaan produk atau layanan berkualitas, serta penanganan keluhan yang cepat dan transparan merupakan faktor penting dalam membangun kepuasan pelanggan.

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur Kami panjatkan ke Hadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan proposal ini dapat diselesaikan. Penyusunan Laporan Penelitian ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meiliana, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dr. Faisol, M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
5. Edy Djoko Soeprajitno. S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan, membina, memberikan saran, dan mengarahkan penulis.
6. Hery Purnomo, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan, membina, memberikan saran, dan mengarahkan penulis.
7. Seluruh Dosen yang telah memberikan wawasan dan arahan di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
8. Bapak dan Ibu tercinta beserta keluarga yang telah memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materiil demi kelancaran kuliah bagi penulis.
9. Untuk teman-teman penulis yang telah membantu penulis pada saat perkuliahan.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 07 Juli 2025



**CITRA ANANDA RATRI**

NPM: 2112010344

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	14
C. Tujuan Penelitian .....	15
D. Manfaat Penelitian .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>17</b>
A. Teori Dan Penelitian Terdahulu Variabel Kepuasan Pelanggan.....	17
B. Teori Dan Penelitian Terdahulu Variabel Pemasaran Digital.....	20
C. Teori Dan Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Produk .....	23
D. Teori Dan Penelitian Terdahulu Variabel Penanganan Keluhan .....	26
E. Kerangka Berpikir.....	28
F. Hipotesis Penelitian.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
A. Desain Penelitian.....	33
B. Definisi Operasional Variabel.....	34
C. Instrumen Penelitian.....	36
D. Populasi Dan Sampel .....	41
E. Prosedur Penelitian.....	43
F. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	44
G. Teknik Analisis Data.....	44

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A. Hasil Penelitian .....	49
B. Pembahasan.....	73
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>77</b>
A. Simpulan .....	77
A. Implikasi.....	78
C. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. 1 Daftar Unit Mobil Rental Pada Call n Go Trans Kediri.....	6
1. 2 Data Keluhan Pelanggan Call n Go Trans Kediri.....	8
3. 1 Skala Likert .....	36
3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	37
3. 3 Tabel R Uji Validitas .....	39
3. 4 Tabel R Uji Reliabilitas.....	40
4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Penggunaan.....	52
4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	53
4. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Pemasaran Digital.....	55
4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk .....	57
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Penanganan Keluhan .....	60
4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
4. 9 Hasil Uji Normalitas .....	65
4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
4. 11 Hasil Uji Linearitas .....	68
4. 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	70
4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	71
4. 14 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	72
4. 15 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2. 1 Kerangka Konseptual.....	31
3. 1 Alamat Call n Go Trans Kediri.....	44
4. 1 Kantor Call n Go Trans Kediri.....	49
4. 2 Logo Perusahaan .....	51
4. 3 Grafik Normal Probability Plot.....	66
4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisisioner Penelitian .....	85
2. Pernyataan Kuisisioner .....	86
3. Data Mentah Jawaban Kuisisioner .....	90
4. Karakteristik Responden .....	94
5. Distribusi Frekuensi Variabel .....	95
6. Hasil Output Uji Validitas.....	101
7. Hasil Output Uji Reliabilitas.....	105
8. Hasil Ouput Uji Normalitas .....	105
9. Hasil Uji Multikolinearitas.....	106
10. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	106
11. Hasil Output Uji Linearitas Y terhadap X .....	106
12. Hasil Output Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	107
13. Hasil Output Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	107
14. Hasil Output Uji Parsial (uji t) .....	108
15. Hasil Output Uji Simultan (uji f) .....	108
16. Surat Permohonan Izin Penelitian.....	109
17. Surat Balasan Penelitian Call n Go Trans Kediri.....	110
18. Catatan Berita Acara .....	111

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam dunia bisnis yang semakin ketat dan modern, persaingan mendorong semua perusahaan untuk mengembangkan dan menerapkan berbagai strategi yang sesuai. Hal ini merupakan salah satu upaya untuk memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan dengan harapan dapat bertahan dan memenangkan kompetisi terhadap pasar yang ada. Teknologi dan pengembangan informasi juga tidak bisa dihindari. Kemajuan teknologi diiringi dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan kebutuhan manusia akan teknologi dan informasi. Berbagai inovasi diciptakan tidak hanya membawa manfaat positif bagi kehidupan manusia, namun juga memberikan banyak kemudahan dalam beraktivitas manusia. Selama beberapa dekade terakhir, masyarakat telah merasakan keajaiban sains, pengetahuan, dan teknologi. Kecanggihan teknologi hadir di setiap sudut kehidupan manusia, termasuk transportasi. Di zaman modern seperti sekarang ini, kebutuhan akan transportasi merupakan salah satu kebutuhan yang penting karena adanya kegiatan ekonomi, sosial dan lainnya yang memerlukan mobilitas penduduk yang cepat dan sumber daya lainnya (Wahyusetyawati, 2017).

Transportasi adalah suatu sarana yang mempunyai peranan dalam kehidupan manusia, baik sebagai alat untuk berinteraksi secara terus-menerus antar manusia maupun untuk memperlancar pengangkutan barang dari suatu tempat ke tempat lain. Kegiatan sosial adalah karakteristik keberadaan manusia sebagai sekelompok orang. Keberadaan kegiatan masyarakat tersebut memerlukan dukungan dan fasilitas yang memadai. Entitas pendukung tersebut meliputi jasa transportasi dan jaringan transportasi (Adisasmita, 2014).

Semakin banyak orang yang menggunakan mobil sebagai transportasi sehari-hari. Mobil digunakan sebagai alat transportasi, namun harga mobil yang tergolong sangat mahal sehingga tidak semua orang

mampu membelinya. Oleh karena itu bermunculanlah perusahaan-perusahaan penyedia jasa sewa mobil yang biasa dikenal dengan rental mobil. Rental merupakan suatu bidang usaha di bidang layanan yang kegiatan bisnisnya meliputi unsur penyewaan, suatu perjanjian yang mana penyewa harus membayar atau memberikan imbalan atau manfaat atas barang atau barang milik pemiliknya (Nurfadillah, 2020). Rental mobil sebagai salah satu layanan transportasi sewa kini menunjukkan tren pertumbuhan yang pesat. Mobilisasi penduduk yang semakin tinggi, kebutuhan perjalanan yang beragam baik untuk keperluan bisnis maupun pribadi, serta tingginya tingkat mobilitas masyarakat modern menjadi faktor utama yang mendorong permintaan terhadap jasa rental mobil. Di sisi lain, harga mobil yang relatif mahal dan biaya kepemilikan yang tinggi membuat rental mobil menjadi Solusi alternatif ekonomis untuk memenuhi kebutuhan transportasi bagi banyak orang.

Call n Go Trans adalah salah satu usaha rental mobil yang beroperasi di Kota Kediri, Jawa Timur. Sebagai entitas bisnis dalam industri ini, Call n Go Trans menghadapi sejumlah tantangan yang cukup kompleks sekaligus peluang yang besar. Tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana perusahaan dapat menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan agar pelanggan tidak hanya menjadi konsumen satu kali, tetapi juga loyal dan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Kepuasan pelanggan menjadi sangat penting karena dalam industri jasa, kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen berperan besar dalam membentuk persepsi dapat dipercaya dan nilai perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah hasil dari penilaian pelayanan yang menyeluruh dan perbandingan antara kinerja pelayanan yang sebenarnya dan harapan pelanggan. suatu titik di mana perkiraan kinerja produk atau jasa sesuai harapan pembeli dan mendorong perilaku untuk melakukan pembelian berulang. Selain itu, tingkat waktu yang diperlukan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diproduksi oleh badan usaha tersebut. Pelanggan cenderung bertahan lama

jika mereka merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh barang atau jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu aspek penting dalam usaha rental mobil, yang sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pemasaran digital, kualitas produk, dan pelayanannya (Masruroh et al., 2023). Dalam konteks rental mobil, kepuasan pelanggan tidak hanya berhubungan dengan kendaraan yang disewa, tetapi juga mencakup seluruh pengalaman yang didapatkan selama proses penyewaan. Hal ini mencakup interaksi dengan staf, kecepatan layanan, serta kemudahan dalam proses pemesanan dan pengembalian kendaraan. Sebuah penelitian yang dilakukan di PT. Adi Sarana Armada Tbk (Assa Rent) Makassar menunjukkan bahwa 46,2% responden merasa puas dengan layanan yang diberikan, sementara 35,2% menyatakan sangat puas. Penelitian ini menyoroti pentingnya aspek layanan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik, seperti respons cepat terhadap pertanyaan dan keluhan pelanggan, serta pengiriman kendaraan tepat waktu, sangat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan rental mobil (Haslindah et al., 2021)

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa beberapa faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada layanan rental mobil adalah strategi pemasaran digital, kualitas produk (yaitu kondisi dan kualitas kendaraan yang disewakan), serta bagaimana perusahaan menangani keluhan pelanggan. Pemasaran digital pada usaha rental mobil adalah strategi pemasaran yang menggunakan platform digital seperti situs web, media sosial, email, dan mesin pencari untuk mempromosikan layanan penyewaan kendaraan. Tujuannya adalah menjangkau calon pelanggan secara lebih luas, efisien, dan terukur dibandingkan dengan pemasaran tradisional. Melalui pemasaran digital, usaha rental mobil dapat meningkatkan visibilitas, menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama, dan meningkatkan pendapatan.

Pemasaran digital memungkinkan rental mobil untuk meningkatkan visibilitas mereka di internet. Hal ini dapat dilakukan dengan

menggunakan platform seperti website resmi, dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Dengan mengoptimalkan profil bisnis di media sosial ini, rental mobil dapat memastikan bahwa informasi penting seperti alamat, nomor telepon, dan jam operasional dapat diakses dengan mudah oleh calon pelanggan. Selain itu, memiliki website resmi memberikan kontrol penuh atas citra bisnis dan memberikan platform untuk menyajikan informasi lengkap tentang armada mobil, harga, dan layanan yang ditawarkan.

Dalam hal ini pemasaran digital memiliki hubungan yang kompleks terhadap kepuasan pelanggan, Pemasaran digital ini memungkinkan pelanggan untuk dengan mudah mengakses informasi mengenai layanan rental mobil. Melalui media sosial, website, dan platform digital lainnya, rental mobil dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan membangun citra positif secara terus-menerus. Pemasaran digital yang efektif diharapkan mampu mengedukasi pelanggan mengenai berbagai layanan dan keunggulan yang ditawarkan Call n Go Trans, sehingga meningkatkan minat dan kepercayaan calon pelanggan.

Menurut Didit Iswahyuniarto dalam judul penelitiannya yaitu “Pengaruh Digital Marketing dalam Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Online Travel Agent” menjelaskan bahwa Pemasaran digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks Online Travel Agent (OTA). Penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan, dengan nilai korelasi indeks sebanyak 0,633 atau 63,3%, artinya menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Artinya, semakin baik strategi pemasaran digital yang diterapkan, semakin tinggi kemungkinan pelanggan untuk merasa puas setelah melakukan transaksi. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kemudahan dan kejelasan informasi yang disajikan melalui platform digital. Pelanggan lebih cenderung merasa puas jika mereka bisa dengan mudah mengakses informasi tentang produk, harga, dan promosi, yang semuanya berkontribusi pada keputusan

pembelian . Dengan demikian, pemasaran digital yang efektif tidak hanya meningkatkan penjualan tapi juga meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Iswahyuniarto, 2023)

Dalam bisnis jasa rental mobil juga tidak bisa lepas dari kualitas produk yang akan ditawarkan kepada para pelanggan. Salah satu faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen barang dan jasa adalah kualitas produk. karena kualitas produk dapat memastikan bahwa pelanggan puas dan membuat keputusan untuk membeli. Setelah itu, pelanggan memilih barang apa yang ingin mereka beli. Mereka memilih produk yang memenuhi kebutuhan mereka. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Dapat dilihat bahwa ketika permintaan konsumen untuk suatu produk meningkat, kualitas produk juga meningkat. Dengan demikian, perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor dengan mempertahankan kualitas produk yang baik. Keputusan yang dibuat selama proses pembelian konsumen mempertimbangkan kualitas produk. Dengan kata lain, peningkatan kualitas produk memiliki potensi untuk segera membuat pelanggan lebih cenderung untuk memilih dan membeli barang-barang tertentu. Ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen yang kuat dan dampak pada keputusan pembelian konsumen adalah hasil dari kualitas produk yang baik (Veronica, Clarenca Mirnanda; Subagyo; Purnomo, 2024).

Kualitas produk jasa adalah tingkat kemampuan suatu layanan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Berbeda dengan produk fisik, jasa memiliki karakteristik yang tidak berwujud, sehingga kualitasnya sering dinilai berdasarkan pengalaman pelanggan saat menerima layanan. Kualitas produk yang dalam konteks ini merujuk pada kondisi kendaraan yang disewakan, mulai dari penampilan fisik, kebersihan, hingga performa mesin, adalah faktor krusial yang memengaruhi kenyamanan dan keamanan pelanggan selama menggunakan layanan. Kendaraan yang terawat dan prima secara tidak langsung

meningkatkan rasa aman dan kepuasan pelanggan terhadap jasa rental mobil.

Kualitas produk yang tinggi jelas membantu menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan rental. Perawatan dan Pemeliharaan kendaraan menjadi satu faktor kunci dalam menjaga kualitas produk. Perusahaan rental mobil perlu melakukan pemeriksaan rutin untuk memastikan bahwa semua mobil berfungsi dengan baik. Ini termasuk pemeriksaan mesin, sistem rem, ban, dan fitur keselamatan lainnya. Dengan melakukan pemeliharaan yang tepat, perusahaan dapat mengurangi risiko kerusakan mobil selama penyewaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Ada beberapa tipe dan jenis mobil yang disediakan oleh Call n Go Trans yang dapat dipesan oleh para konsumen seperti :

**Tabel 1. 1 Daftar Unit Mobil Rental Pada Call n Go Trans Kediri**

Jenis mobil	Nomor plat mobil	Tahun mobil
All New Terios	AG 1224 CR	2023
All New Terios	AG 1125 CM	2024
Sigra	AG 1172 SN	2024
Granmax Putih	AG 8183 AI	2019
Granmax Silver	AG 8184 AK	2021
Granmax Grey	AG 8776 AK	2022
Granmax Strip	AG 8846 EC	2020
T120 SS	AG 8036 AK	2015
Granmax Silver New	AG 8007 AO	2022
Granmax Grey New	H 8180 KM	2024

*Sumber data: Call n Go Trans Kediri 2024*

Hubungan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan dalam bisnis rental mobil sangat erat dan saling mempengaruhi. Pengalaman Berkendara yang nyaman ada ketika kualitas produk yang tersedia dalam kondisi baik, seperti mobil yang terawat dan bersih. Ketika pelanggan merasa nyaman dan aman saat menggunakan mobil, mereka cenderung merasa puas dengan layanan yang diberikan. Sebaliknya, mobil yang dalam kondisi buruk dapat menyebabkan ketidaknyamanan dan kekecewaan. Dan juga ketika perusahaan rental mobil *consistently* menyediakan kendaraan berkualitas tinggi, pelanggan akan lebih percaya pada *brand* tersebut. Kepercayaan ini dapat mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan layanan yang sama di masa depan, sehingga menciptakan loyalitas. Pelanggan yang loyal biasanya juga lebih mungkin merekomendasikan layanan kepada orang lain, yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Pada penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGROUP Cabang Manado)” oleh (Diza et al., 2016) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang artinya semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Penting untuk dicatat bahwa meskipun kualitas produk menjadi faktor penentu kepuasan, koordinasi dengan kualitas pelayanan juga sangat esensial. Konsumen akan merasa puas ketika produk yang mereka gunakan memenuhi atau melampaui ekspektasi mereka, ditambah dengan pelayanan yang memadai. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing dalam industri dan memenuhi harapan pelanggan (Diza et al., 2016).

Ketika menjalankan bisnis rental mobil Call n Go Trans Kediri juga menggunakan layanan untuk penanganan keluhan konsumen terhadap

produk dan layanan yang pihak rental sediakan. Pelayanan keluhan pada usaha rental mobil adalah sistem dan prosedur yang diterapkan oleh penyedia jasa untuk menangani dan merespons keluhan atau masalah yang dihadapi oleh pelanggan selama atau setelah penggunaan layanan. Pelayanan ini sangat penting karena dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keputusan mereka untuk menggunakan jasa rental di masa mendatang.

Dalam bisnis jasa tentu saja tidak lepas dari suatu hal yang kurang memuaskan para pelanggannya. Misalnya, dalam bisnis penyewaan mobil ada beberapa keluhan yang sering terjadi, yaitu:

**Tabel 1. 2 Data Keluhan Pelanggan Call n Go Trans Kediri**

No.	Keluhan Pelanggan
1.	Tampilan dari body mobil yang tidak mulus (lecet)
2.	Kebersihan dalam mobil
3.	Pendingin mobil (AC) yang kurang maksimal
4.	Ban mobil yang sudah tidak nyaman dipakai
5.	Terjadi insiden mobil yang tidak terduga

*Sumber data : Call n Go Trans Kediri 2024*

Untuk mengajukan keluhan, para pelanggan dapat mengunjungi kantor Call n Go Trans secara langsung atau menyampaikan keluhannya melalui email dan menghubungi nomor telepon yang tersedia untuk memberitahukan keluhan pelanggan kepada perusahaan. Perusahaan jasa yang efektif perlu mengelola keluhan dengan cekatan, memastikan bahwa konsumen merasakan perubahan positif sebagai respons atas ketidakpuasan mereka terhadap layanan yang ditawarkan. Dengan menangani keluhan ini, perusahaan dapat menumbuhkan kepuasan dan loyalitas di antara pelanggannya. Pengelolaan keluhan yang tepat memberikan peluang untuk menganalisis pelanggan yang awalnya tidak

puas menjadi puas, yang berpotensi mengubah mereka menjadi pelanggan tetap produk atau layanan perusahaan.

Hubungan antara penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan dalam usaha rental mobil sangat penting dan menjadi salah satu faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan mengalami masalah atau ketidakpuasan terkait layanan yang mereka terima, respons yang cepat dan efektif dari perusahaan rental mobil dapat mengubah pengalaman negatif menjadi positif. Penanganan keluhan yang baik menunjukkan bahwa perusahaan peduli terhadap kebutuhan dan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan persepsi positif terhadap merek dan layanan mereka.

Salah satu aspek penting dari penanganan keluhan adalah kecepatan respons. Pelanggan yang mengajukan keluhan ingin merasa didengarkan dan mendapatkan solusi secepat mungkin. Misalnya, jika seorang pelanggan mengeluhkan kondisi kendaraan yang tidak sesuai harapan, respons cepat dari staf untuk mengganti kendaraan atau memperbaiki masalah tersebut dapat membuat pelanggan merasa dihargai dan puas dengan layanan yang diberikan.

Selain itu, penanganan keluhan juga memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk melakukan perbaikan berkelanjutan. Dengan menganalisis keluhan yang sering muncul, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, seperti kualitas kendaraan, prosedur pemesanan, atau layanan purna jual. Misalnya, jika banyak pelanggan mengeluhkan kebersihan kendaraan saat disewa, perusahaan dapat mengambil langkah untuk meningkatkan standar pembersihan sebelum kendaraan disewakan. Dengan demikian, tidak hanya kepuasan pelanggan saat ini yang meningkat, tetapi juga potensi masalah di masa depan dapat diminimalkan.

Fenomena yang terjadi antara penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan dapat dilihat dari beberapa aspek yang mencerminkan hubungan positif antara keduanya. Contohnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Achmad Faisal Amir dan Achmad Zaini yang berjudul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Rental Mobil Pada PT. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi” menjelaskan bahwa penanganan keluhan yang baik dan responsif dari perusahaan berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasakan bahwa keluhan mereka ditangani dengan baik, mereka cenderung merasa lebih puas dengan layanan yang mereka terima. Hal ini berhubungan dengan indikator keadilan prosedural, keadilan interaksional, dan keadilan distributif yang merupakan bagian dari penanganan keluhan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penanganan keluhan pelanggan tidak hanya berpengaruh secara parsial, tetapi juga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, perusahaan yang memberikan perhatian lebih pada penanganan keluhan dapat mengubah perspektif pelanggan yang awalnya tidak puas menjadi puas dan setia (Zaini, 2021).

Namun demikian, pada praktiknya Call n Go Trans masih menghadapi berbagai keluhan terkait kondisi kendaraan dan respons pelayanan. Hal ini menunjukkan adanya gap antara harapan dan realitas pelayanan yang diterima pelanggan sehingga berpengaruh pada tingkat kepuasan mereka. Oleh karena itu, dibutuhkan penelitian yang komprehensif dan terukur untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh pemasaran digital, kualitas produk, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan rental mobil Call n Go Trans. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih efektif serta memperbaiki aspek layanan yang masih kurang.

Lebih lanjut, fokus penelitian ini juga untuk membatasi sampel hanya pada pelanggan yang telah menggunakan jasa rental mobil Call n Go Trans lebih dari sekali, karena pelanggan loyal cenderung memberikan penilaian yang lebih objektif dan relevan terhadap kualitas layanan.

Dengan kompleksitas dan dinamika tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan daya saing Call n Go Trans dan memperkuat posisi usaha rental mobil ini di pasar transportasi Kota Kediri yang semakin kompetitif.

Dalam era digital saat ini, pemasaran digital telah menjadi sarana utama yang dimanfaatkan oleh berbagai jenis bisnis, termasuk bisnis jasa rental mobil. Pemasaran digital tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengiklankan produk, namun juga sebagai media interaktif yang memungkinkan perusahaan berkomunikasi langsung dengan pelanggan. Melalui berbagai platform seperti media sosial, website resmi, aplikasi mobile, hingga pemasaran melalui email dan *search engine optimization* (SEO), perusahaan rental mobil dapat membangun *brand awareness* secara lebih luas dan tepat sasaran. Call n Go Trans sebagai pelaku usaha rental mobil di Kota Kediri juga telah mengadopsi pemasaran digital dalam strategi pemasarnya. Namun, efektivitas pemasaran digital ini sangat bergantung pada bagaimana konten pemasaran disusun, konsistensi *brand messaging*, serta kemampuan perusahaan untuk merespons interaksi dan *feedback* dari pelanggan secara cepat dan tepat.

Media digital memungkinkan pelanggan untuk mencari informasi mengenai berbagai layanan rental mobil dengan mudah dan membandingkan penawaran dari berbagai penyedia jasa hanya dengan beberapa klik. Oleh sebab itu, Call n Go Trans perlu memanfaatkan pemasaran digital secara optimal dengan memperhatikan faktor kualitas informasi, kemudahan akses, dan interaksi personal melalui kanal digital. Hal ini dapat berpengaruh pada keputusan konsumen dalam memilih jasa rental mobil tertentu dan berpotensi meningkatkan kepuasan karena pelanggan merasa didukung dengan informasi yang jelas dan akurat sebelum melakukan transaksi. Selain itu, kehadiran media sosial memberikan peluang bagi pelanggan untuk berbagi testimoni dan ulasan yang positif sebagai bukti sosial yang mendorong pertumbuhan bisnis.

Kualitas produk adalah faktor kedua yang sangat menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Dalam bisnis rental mobil, kualitas produk

terutama mencakup kondisi kendaraan yang disewakan. Kendaraan yang memiliki tampilan fisik yang baik, mesin yang prima, serta kebersihan yang terjaga adalah harapan utama pelanggan. Karena kendaraan adalah “produk” utama yang dinikmati pelanggan, maka kualitas produk memegang peranan yang sangat vital. Keandalan kendaraan tidak hanya berhubungan dengan kenyamanan pengemudi namun juga keselamatan dan keamanan pengguna. Oleh karena itu, perusahaan harus menjaga performa kendaraan melalui pemeliharaan rutin dan terjadwal, termasuk pemeriksaan mesin, sistem rem, ban, dan fitur keselamatan lainnya.

Data yang diperoleh dari Call n Go Trans pada tahun 2024 menunjukkan beberapa keluhan yang muncul, seperti tampilan body mobil yang lecet, kebersihan mobil yang kurang terjaga, serta kondisi AC yang tidak optimal. Keluhan ini menunjukkan bahwa masih terdapat celah-celah dalam pengelolaan kualitas kendaraan yang dapat menurunkan persepsi pelanggan terhadap layanan. Pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan akan berpengaruh pada loyalitas dan kemungkinan mereka merekomendasikan jasa kepada pihak lain. Sebaliknya, mobil yang dalam kondisi prima dan terawat akan meningkatkan rasa percaya diri serta kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas produk menjadi langkah krusial dalam upaya mempertahankan dan menarik pelanggan baru.

Faktor ketiga yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah penanganan keluhan pelanggan. Dalam bisnis jasa, terutama yang berhubungan langsung dengan konsumen, keluhan adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari. Penting bagi perusahaan untuk memiliki sistem penanganan keluhan yang efektif dan responsif. Penanganan keluhan yang baik bukan hanya menyelesaikan masalah pelanggan, tetapi juga memberikan kesan positif yang dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. Sejalan dengan penelitian (Sholikah, Ainul; Fauji, Diah Ayu Septi; Purnomo, 2024) Fasilitas yang disediakan adalah aspek lain yang perlu dipertimbangkan selain kualitas layanan. Sebagai cara untuk mendukung bisnis dalam memasarkan barang

dan jasanya, fasilitas terdiri dari barang yang ditempatkan di lokasi bisnis untuk memberikan pengalaman pelanggan yang nyaman. Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa bagaimana suatu perusahaan merespons keluhan berperan besar dalam membentuk kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterima.

Call n Go Trans menyediakan berbagai kanal pengaduan bagi pelanggan, mulai dari kunjungan langsung, email, hingga nomor telepon yang dapat dihubungi. Namun, beberapa keluhan masih terkesan belum terselesaikan dengan cepat sehingga menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Hal ini dapat menimbulkan risiko tinggi bagi perusahaan karena ketidakpuasan yang tidak segera diatasi dapat menyebar melalui komunikasi informal atau media sosial dan menurunkan reputasi perusahaan. Dengan memperbaiki sistem manajemen keluhan, Call n Go Trans dapat mengubah pelanggan yang awalnya tidak puas menjadi puas, bahkan loyal. Penanganan keluhan yang baik juga dapat memunculkan kepercayaan pelanggan terhadap komitmen perusahaan dalam memberikan layanan prima.

Ketiga faktor utama — pemasaran digital, kualitas produk, dan penanganan keluhan — memiliki hubungan yang kompleks dan sinergis dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh masing-masing variabel tersebut secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan Call n Go Trans. Dengan pendekatan analisis regresi linier berganda, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor apa saja yang paling signifikan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan.

Selain arti penting praktis bagi pengembangan Call n Go Trans secara bisnis, penelitian ini juga memberikan kontribusi secara teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam konteks bisnis rental mobil di era digital. Model analisis yang dikembangkan dapat menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut dalam industri jasa lainnya dengan memfokuskan pada variabel pemasaran

digital, kualitas produk, dan penanganan keluhan sebagai determinan utama kepuasan pelanggan.

Selain itu, batasan penelitian yang hanya melibatkan pelanggan yang telah menggunakan jasa lebih dari sekali memberikan fokus yang jelas pada pelanggan loyal yang penilaiannya cenderung lebih matang dan relevan. Hal ini juga memungkinkan perusahaan untuk merumuskan strategi retensi pelanggan yang lebih efektif berdasarkan hasil penelitian.

Dalam rangka mendukung keberhasilan penelitian, tempat pelaksanaan penelitian dilakukan di Call n Go Trans yang berlokasi di Mojoroto GG 10, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur. Penelitian ini direncanakan berlangsung selama tiga bulan, mulai dari Maret hingga Mei 2025, yang memungkinkan peneliti mengumpulkan data secara sistematis dan menganalisisnya dengan matang menggunakan perangkat lunak statistik SPSS.

Dengan pertimbangan-pertimbangan tersebut, penelitian ini sangat relevan dan penting dilakukan sebagai upaya untuk memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi peningkatan kualitas layanan, pemasaran digital, dan sistem penanganan keluhan pada Call n Go Trans. Hal ini diharapkan akan mendukung perusahaan dalam memenangkan persaingan yang semakin kompetitif dan membangun hubungan jangka panjang yang kuat dengan pelanggan.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini ialah :

1. Apakah pemasaran digital berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan rental mobil Call n Go trans Kediri?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan rental mobil Call n Go trans Kediri?
3. Apakah penanganan keluhan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan rental mobil Call n Go trans Kediri?
4. Apakah pemasaran digital, kualitas produk, dan pelayanan keluhan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rental mobil Call n Go trans Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Beberapa tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh pemasaran digital terhadap kepuasan pelanggan rental mobil Call n Go Trans.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan rental mobil Call n Go Trans.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan keluhan terhadap kepuasan pelanggan rental mobil Call n Go Trans.
4. Untuk mengetahui pengaruh dari pemasaran digital, kualitas produk, dan pelayanan keluhan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan rental mobil Call n Go Trans

### **D. Manfaat penelitian**

Manfaat penelitian ini dapat dibagi menjadi dua aspek utama, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Berikut ini adalah penjelasan mengenai manfaat yang diperoleh dari penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi kemajuan ilmu Manajemen Pemasaran, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri penyewaan mobil, yaitu pemasaran digital, kualitas produk, dan penanganan keluhan.
  - b. Studi ini mengembangkan model analisis yang menghubungkan tiga faktor utama tersebut sehingga dapat menjadi dasar atau acuan untuk penelitian lanjutan yang meneliti dinamika kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang memengaruhinya pada berbagai sektor jasa lainnya.
2. Manfaat Praktis
  - a. Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis kepada manajemen Call n Go Trans dalam meningkatkan efektivitas pemasaran digital, peningkatan kualitas produk, serta sistem penanganan keluhan yang lebih responsif dan efisien.

- b. Penelitian ini membantu perusahaan dalam mengidentifikasi aspek layanan yang memerlukan peningkatan, yang mengarah pada peningkatan berkelanjutan dalam kepuasan dan loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rauf, E. (2016). Digital Marketing Digital Marketing. In (Issue September).  
[http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2\\_E-BOOK\\_DIGITAL\\_MARKETING.pdf#page=7](http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-BOOK_DIGITAL_MARKETING.pdf#page=7)
- Adisasmita, S. A. (2014). Pengantar Perencanaan Transportasi. *Perencanaan Transportasi*, 1–29.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). Metode-Penelitian-Bisnis-Kuantitatif-Dan-Kualitatif. In *CV. Noah Aletheia* (Vol. 1, Issue 1).
- Aisyah, S. R., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joe ' S Grill Swiss Bell-Hotel Mangga Besar. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(2), 168–179.
- Azizah, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2017, 5–24.
- Chottam, C., Rudzali, A., & Kohat, F. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Samarinda 1. *Jurnal EKSIS*, 18(2), 107–116. <https://doi.org/10.46964/eksis.v18i2.312>
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIGROUP Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11568>
- Ghozali. (2018). *Buku Ghozali.pdf* (p. 490).
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Haslindah, A., Syarifuddin, R., & Santoso, T. S. (2021). Assesment Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Sewa Kendaraan Di Pt. Adi Sarana Armada Tbk Makassar Saat Pandemi Covid-19. *ILTEK : Jurnal Teknologi*, 16(02),

- 108–115. <https://doi.org/10.47398/iltek.v16i02.55>
- Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484 \\_Sistem\\_Pembetulan\\_Terpusat\\_Strategi\\_Melestari](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484 _Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari)
- Irfan Syahroni, M. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56. <https://doi.org/10.62552/ejam.v2i3.50>
- Iswahyuniarto, D. (2023). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan pada Jasa Online Travel Agent. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(3), 299–315. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i3.552>
- Keller, K. dan. (2016). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.
- Masruroh, S., Dwi Wahyono, Muhaimin, Husnah Katjina, & Loso Judijanto. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2464–2471. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1728>
- Nastiti, A. E., & Damayanti, S. (2023). Simposium Manajemen dan Bisnis II Program Studi Manajemen-FEB UNP Kediri “RISKY SHAFIRA” CUCI MOBIL DAN SEWA MOBIL NGANJUK). *Simposium Manajemen Dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 2, 2023.
- Ningrum, D. C., Sulistyawati, S., & Sari, H. T. M. (2024). Kepuasan Pengguna Laboratorium Pendidikan. *Jurnal Pengelolaan Laboratorium Pendidikan*, 6(1), 17–23. <https://doi.org/10.14710/jplp.6.1.17-23>
- Nurfadillah. (2020). *Pengaruh Kualitas Jasa Produk Mobil Rental, Harga, Dan Sistem Penanganan Keluhan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Rental Mobil Pada Cv. Line Trip Rentcar Pekanbaru*.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor

- yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). *Journal GEEJ*, 7(2), 5–21.
- Pratiwi, D., Ellyawati, N., & Permatasari, I. (2022). Strategi Pemasaran Digital Pada Usaha Fanny'S Food Samarinda Tahun 2021. *Educational Studies: Conference Series*, 2(1), 112–124. <https://doi.org/10.30872/escs.v2i1.1204>
- Pratiwi, N. D., & Fadhli, K. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Rafqi Ilhamalimy, R., & Mahaputra, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 1(1), 85–97. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i1.604>
- Ravenska, J. (2019). *Pengaruh penanganan keluhan, pemulihan layanan dan nilai jasa terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa Go-Jek*. 1(3), 1–13.
- Rizky Fatmawati Pudjo Wita, & Minto Waluyo. (2024). Analisis Kepuasan Pelayanan PT. SAK Dengan Metode Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jupiter: Publikasi Ilmu Keteknikan Industri, Teknik Elektro Dan Informatika*, 2(1), 253–261. <https://doi.org/10.61132/jupiter.v2i1.80>
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sholikah, Ainul; Fauji, Diah Ayu Septi; Purnomo, H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusat Oleh-Oleh GTT Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 203–212.  
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4637>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>

- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In 2 (p. 67).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*.
- Veronica, Clarencia Mirnanda; Subagyo; Purnomo, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ponseliphone. *Performa*, 3(1), 919–927.  
<https://doi.org/10.37715/jp.v8i3.2969>
- Wahyusetyawati, E. (2017). Dilema pengaturan transportasi online. *Jurnal RechtsVinding, April*, 1–4. <https://rechtsvinding.bphn.go.id>
- Zaini, A. F. A. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Rental Mobil Pada Pt. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi*. 7(2), 57–60.