

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MOBIL RENTAL DI KABUPATEN MIMIKA (Studi Kasus Rental Mobil Cendrawasih Mimika)

Nursalim¹, Febi Yuni Salzabilah², Sartika Somoy Tangdo' Sambeko³, Eni Setianingsih⁴
alimnursalim25@gmail.com¹, febibilah61@gmail.com², tikasomoy4@gmail.com³,
enisetianingsih9@gmail.com⁴

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jembatan Bulan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan mobil rental di Kabupaten Mimika. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dibantu dengan Software SPSS. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner yang dibagikan pada 45 responden pelanggan jasa rental mobil Cenderawasih. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan namun kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan mobil rental Cenderawasih Timika.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Loyalitas Layanan.

Abstract

This study aims to determine the influence of customer satisfaction, and service quality on rental car customer loyalty in Mimika Regency. The research method used is a quantitative approach using multiple linear regression analysis assisted by SPSS Software. The data collection technique used used a questionnaire distributed to 45 respondents of Cenderawasih car rental service customers. The results of this study show that customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty but service quality does not have a significant effect on customer loyalty.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Service Loyalty.

PENDAHULUAN

Pada saat ini dunia transportasi darat di Indonesia mengalami peningkatan karena dukungan pembangunan infrastruktur yang memadai. peningkatan pembangunan infrastruktur jalan memicu kebutuhan kendaraan yang meningkat untuk mobilitas baik barang maupun masyarakat. Kebutuhan kendaraan ini tidak didukung oleh kondisi ekonomi masyarakat Indonesia yang sebagian besar pada kalangan menengah ke bawah. Berdasarkan data BPS pada tahun 2024 terdapat 66,35% dari total penduduk Indonesia kalangan menengah ke bawah menandakan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan tersier dalam hal ini kendaraan masih banyak yang kesulitan untuk memiliki mobil pribadi. Dengan demikian, masyarakat cenderung memilih jasa penyewaan mobil/ rental mobil.

Rental mobil merupakan sebuah bisnis yang mengutamakan pelayanan jasa dari peminjaman mobil. Peminjaman dapat dilakukan hanya dalam waktu satu hari atau satu minggu, bahkan kini tempat persewaan mobil bisa meminjamkan mobil mereka dalam jangka berbulan-bulan. Usaha bisnis sewa mobil kini sudah menjamur di karenakan tingginya permintaan konsumen . Trend perjalanan wisata ataupun perjalanan bisnis menjadikan mobil rental sering digunakan baik pribadi maupun perusahaan. Meningkatnya trend wisata yang menjadi potensi ladang pendapatan para pebisnis menawarkan jasa penyewaan mobil. Selain menyewakan mobil, biasanya jasa penyewaan ini juga menyediakan jasa supir yang dapat membantu mengemudi

mobil kita selama periode penyewaan. Berbagai paket penyewaan mobil ditawarkan, paket ini bisa berdasarkan jenis mobil atau panjangnya periode penyewaan.

Bisnis persewaan mobil sebagai jasa di Timika tentunya memiliki strategi untuk mempertahankan pengguna jasa tersebut. Terlebih lagi, saat ini mulai bermunculan jasa transportasi online seperti maxim yang mulai menjamur di Timika. Untuk itu, jasa rental mobil cenderawasih memiliki beberapa strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu strategi pelayanan dan peningkatan kepuasan konsumen. Kepuasan yang dirasakan konsumen akan berpengaruh terhadap pemakain kembali jasa persewaan rental mobil Cenderawasih. Usaha jasa rental mobil di Kabupaten Mimika, Sebagai usaha yang bergerak dalam bidang jasa untuk dapat menjaga loyalitas konsumen penting untuk menjaga pelayanan untuk membentuk loyalitas dan kepercayaan konsumen. Kualitas layanan, dan kepercayaan akan memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan, Definisi kepuasan pelanggan menurut Zeithaml, Bitner dan Dwayne (Saputra & Hati, 2019) adalah "Customer's evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met the customer's needs and expectations". Dimana menurutnya kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Dalam konteks rental mobil, kepuasan ini dipengaruhi oleh berbagai aspek seperti kualitas kendaraan, pelayanan sopir, dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan selama proses penyewaan. Sehingga Ketika pelanggan merasa puas cenderung akan kembali menggunakan layanan yang sama dimasa yang akan datang serta akan merekomendasikannya kepada orang lain.

Faktor lainnya yang sangat menentukan adalah kualitas layanan yang mencakup kondisi kendaraan, kecepatan dan kemudahan proses penyewaan serta sikap dan profesionalisme pengemudi layanan mobil. Menurut Kotler (Oktavia, 2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali, yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas, maka dengan begitu pelanggan akan merasa mendapat kepuasan tersendiri. Pernyataan tersebut didukung dengan hasil penelitian Rasyid dan Sugiyono serta Suwandi, dkk (Oktavia, 2017) dengan penelitian berjudul pengaruh harga, kualitas layanan dan kepercayaan terhadap konsumen pada perdana rent car di Kabupaten Jember yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas layanan yang tinggi akan membentuk persepsi positif di mata pelanggan, meningkatkan kepuasan dan pada akhirnya mempromosikan loyalitas pelanggan. Dalam industri jasa, yang sangat bergantung pada reputasi dan kepercayaan, kualitas layanan adalah pembeda utama antara satu penyedia layanan jasa dengan yang lainnya.

Menurut Lovelock (Ramadhan, 2020) loyalitas pelanggan merupakan kesediaan pelanggan untuk menggunakan jasa perusahaan dalam jangka panjang. Loyalitas merupakan kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau merek tertentu. Dalam konteks bisnis, loyalitas merupakan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan

barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya. Banyak faktor dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap suatu jasa, dimana dalam penelitian ini dianalisis melalui citra merek, kepercayaan dan komitmen. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian Lamidi , Widyawati , Shihab dan Sukendar , Dewi, dkk dan Pramudyo (Ramadhan, 2020) yang menyatakan bahwa citra merek, kepercayaan dan komitmen merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan.

Mengingat pentingnya kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan dalam membentuk loyalitas pelanggan, penyediaan jasa rental mobil harus terus melakukan evaluasi berkelanjutan dan peningkatan berkelanjutan terhadap ketiga aspek tersebut. Kepuasan pelanggan tidak hanya menciptakan pengalaman positif, tetapi juga berfungsi sebagai dasar untuk membangun hubungan jangka panjang antara penyedia layanan jasa dan konsumen.

Berdasarkan fenomena menunjukkan bahwa dalam konteks penyediaan penyewaan mobil rental di Kabupaten Mimika, keberhasilan mempertahankan pelanggan sangat bergantung bagaimana penyediaan jasa layanan mengelola kepuasan pelanggan, memberikan harga yang tepat dan menyediakan layanan berkualitas tinggi. Kedua variabel ini memiliki keterkaitan erat dan saling memengaruhi dalam membentuk loyalitas pelanggan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berapa besar pengaruh kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan mobil rental Cenderwasih di Kabupaten Mimika.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif untuk menguji mengenai hubungan dan pengaruh antara variabel- variabel independen (kepuasan pelanggan dan kualitas layanan) terhadap variabel dependent (loyalitas pelanggan). Data yang digunakan merupakan data primer menurut Hasan (Inadjo et al., 2023) yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data yang didapat dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah menggunakan jasa rental mobil Cenderwasih di Kabupaten Mimika sebanyak 45 responden. Analisa data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda serta pengujian hipotesis yang mana akan dibantu dengan software SPSS untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

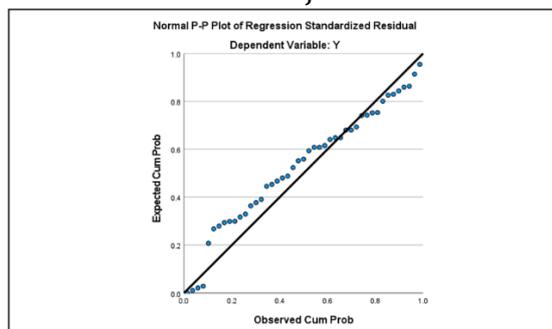
1. HASIL

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, dengan menggunakan grafik. Uji Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual adalah salah satu metode grafis yang digunakan untuk menguji asumsi normalitas residual dalam analisis regresi. Tujuan dari asumsi ini adalah memastikan bahwa residual (selisih antara nilai observasi dan nilai prediksi dari model regresi) menyebar secara normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual, dapat disimpulkan bahwa residual dalam model regresi menyebar secara normal. Hal ini ditunjukkan oleh sebaran titik-titik yang mengikuti garis diagonal secara konsisten tanpa penyimpangan ekstrem. Dengan demikian, asumsi normalitas residual terpenuhi, yang berarti model regresi layak untuk digunakan dalam pengujian statistik lebih lanjut.

Uji Multikolineritas

Menurut Danang (Cassany, 2019) menyatakan uji multikolineritas sebagai uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk menganalisis regresi linear berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau independen variabel (X1,2,3...,n) dimana akan diukur keeratan hubungan antar variabel bebas tersebut. Jika nilai Tolerance > 0.10 atau nilai VIF < 10, maka lulus uji multikolineritas sebaliknya jika nilai Tolerance < 0.10 atau nilai VIF > 10, maka tidak lulus uji multikolineritas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.309	3.241
	X2	.309	3.241

a. Dependent Variable: Y

Hasil uji multikolineritas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai sebesar 0,309 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 3,241 < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolineritas atau lolos uji multikolineritas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (Arisandi, 2022) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Oleh karena itu, pengujian ini penting untuk memastikan bahwa salah satu asumsi klasik dalam regresi linier terpenuhi, yaitu bahwa varians residual bersifat homogen (homoskedastisitas). Jika nilai sig > 0,05 maka lolos uji heteroskedastisitas sedangkan jika nilai sig < 0,05 maka lolos tidak uji

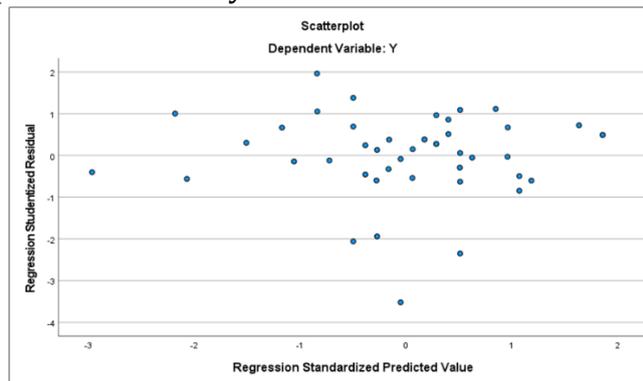
heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.400	2.027		1.184	.243
	X1	-.190	.179	-.291	-1.061	.295
	X2	.169	.174	.266	.971	.337

a. Dependent Variable: ABS_RES

Dalam tabel ditampilkan nilai signifikansi (Sig.) untuk masing-masing (Septiani et al., 2019) variabel independen, yaitu X1 sebesar 0.295 dan X2 sebesar 0.337. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa model lolos uji heteroskedastisitas, artinya tidak terdapat indikasi adanya masalah heteroskedastisitas dalam model.



Tidak ada pola yang jelas dan sebaran data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau uji heteroskedastisitas sudah terpenuhi.

Persamaan Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali 2012:81 (Soeparjitno et al., 2018) analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel terikat, bertujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui rumus regresi.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Tabel 4. Persamaan Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.094	2.953		-.032	.975
	X1	.635	.261	.483	2.431	.019
	X2	.314	.254	.245	1.234	.224

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linear berganda diatas diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = -0,094 + 0,635 X_1 + 0.314 X_2$$

Dilihat dari persamaan diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas diketahui bahwa nilai konstanta sebesar -0.094, artinya loyalitas layanan sebesar -0.094 satuan dipengaruhi variabel di luar model.

2. Variabel kepuasan pelanggan (X1) dengan nilai koefisien sebesar 0.635 dengan nilai positif. Artinya, setiap kenaikan 1 satuan pada kepuasan pelanggan (X2), maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0.635 satuan, jika variabel lainnya tetap.
3. Variabel kualitas layanan (X2) dengan nilai koefisien sebesar 0.314 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan kualitas layanan sebesar 1 kali maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0.314 satuan, jika variabel lainnya tetap.

Kesimpulan di atas bahwa persamaan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.489	.465	2.94752

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil adj R Square sebesar 0,489 atau 48,9 %. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (X1), dan Kualitas layanan (X3) mampu menjelaskan variabel Loyalitas pelanggan (Y) sebesar 47,8 % sedangkan sisanya yaitu 51,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel diluar dari penelitian ini.

Hasil Uji F (Simultan)

Uji F menurut (Tahitu et al., 2024) yang menyatakan bahwa uji F dikenal dengan uji serentak atau uji model/ uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimana pengaruh atau pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Jika nilai F hitung > F tabel atau sig < α maka H0 ditolak dan Ha diterima sebaliknya jika nilai F hitung < F tabel atau sig > α maka H0 ditolak dan Ha diterima.

Tabel 6. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349.687	2	174.843	20.125	<.001 ^b
	Residual	364.891	42	8.688		
	Total	714.578	44			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 ($0.001 < 0.05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan

Hasil uji t (Parsial)

Tabel 7. Hasil uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.094	2.953		-.032	.975
	X1	.635	.261	.483	2.431	.019
	X2	.314	.254	.245	1.234	.224

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil output SPSS pada Tabel 5 (Hasil Uji t), terlihat bahwa variabel Kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,019. Karena nilai ini lebih kecil dari 0,05, maka secara parsial variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan. Artinya, kepuasan pelanggan memberikan kontribusi nyata dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel loyalitas pelanggan. Sebaliknya, variabel kualitas layanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,224 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, kualitas layanan tidak memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menjelaskan variasi pada loyalitas pelanggan secara statistik.

Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa hanya variabel kepuasan pelanggan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam model regresi ini, sedangkan variabel kualitas tidak.

2. Pembahasan

Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan mobil rental cenderewasih di Kabupaten Mimika

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah di paparkan sebelumnya, dapat dilihat bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikan sebesar 0,019 karena nilai ini lebih kecil dari 0,05 maka secara parsial variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap layanan rental mobil, maka semakin tinggi pula kecenderungan pelanggan untuk tetap setia menggunakan layanan tersebut di masa yang akan datang. Kepuasan ini dapat berasal dari berbagai aspek layanan seperti kenyamanan kendaraan, keramahan sopir, kemudahan dalam proses pemesanan, serta tanggapan cepat terhadap keluhan atau kebutuhan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas, mereka tidak hanya berpotensi menjadi pelanggan tetap, tetapi juga akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain, yang secara tidak langsung memperluas jangkauan pasar perusahaan. Maka dari itu variabel kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan di Mobil Rental Cenderawasih di Kabupaten Mimika.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Albar & Permatasari, 2024) dengan judul penelitian kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas dalam berbelanja melalui E-Commerce di Lampung menyatakan variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Artinya apabila seorang pelanggan merasa puas, maka konsumen tersebut tidak akan berpindah ke tempat lain dan akan senantiasa menggunakan jasa yang telah membuat konsumen puas.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan mobil rental cenderewasih di Kabupaten Mimika

Berdasarkan hasil uji t (parsial) yang telah di paparkan sebelumnya, dapat dilihat bahwa variabel kualitas layanan memiliki nilai signifikansi 0,224 lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak mempengaruhi loyalitas

pelanggan dikarenakan ketersediaan dan aksesibilitas layanan yang memungkinkan pelanggan lebih memperhatikan kemudahan dalam mendapatkan mobil yang mereka butuhkan. Jika layanan rental mobil mudah diakses dan memiliki variasi armada yang memadai, pelanggan cenderung akan kembali menggunakan layanan tersebut meskipun kualitas layanan yang diberikan tidak selalu optimal.

Selain itu, pengalaman pelanggan yang beragam juga dapat mempengaruhi loyalitas. Setiap individu memiliki harapan dan persepsi yang berbeda terkait kualitas layanan. Apa yang dianggap sebagai layanan yang baik oleh satu pelanggan mungkin tidak sama dengan pelanggan lainnya. Jika pelanggan merasa puas dengan aspek lain dari pengalaman mereka, seperti kondisi mobil yang disewa atau kecepatan dalam proses penyewaan, mereka mungkin tetap loyal meskipun ada kekurangan dalam kualitas layanan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan, tetapi juga oleh berbagai faktor lain yang saling berinteraksi.

Terakhir, hubungan emosional dan kepercayaan yang terbangun antara pelanggan dan penyedia layanan juga berperan penting dalam membentuk loyalitas. Jika pelanggan merasa memiliki hubungan yang baik dengan penyedia layanan, mereka mungkin lebih cenderung untuk tetap loyal meskipun ada beberapa kekurangan dalam kualitas layanan. Kepercayaan yang dibangun melalui interaksi positif dan pengalaman sebelumnya dapat mengurangi dampak negatif dari kualitas layanan yang kurang memuaskan.

Dengan demikian hipotesis diterima yang menyatakan kualitas layanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Rental Mobil Cenderawasih di Kabupaten Mimika. Meskipun kualitas layanan tergolong cukup baik pelanggan mungkin lebih mempertimbangkan faktor lain seperti harga sewa, ketersediaan kendaraan atau kedekatan lokasi rental dalam menentukan loyalitas. Hal ini diperkuat oleh hasil observasi lapangan yang menunjukkan bahwa kualitas layanan di Rental mobil Cenderawasih tergolong standar dan belum memiliki keunggulan yang kompetitif.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Oktavia, 2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sementara faktor harga dan kepercayaan justru memberikan pengaruh yang lebih kuat. Hal ini menunjukkan bahwa dalam bisnis rental mobil loyalitas pelanggan tidak semata-mata dibentuk oleh persepsi terhadap kualitas layanan, tetapi juga dipengaruhi oleh pertimbangan rasional seperti tarif sewa dan Tingkat kepercayaan terhadap penyedia jasa. Penelitian lain (Agiesta et al., 2021) dengan judul pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan KA lokal Bandung Raya yang menyakan bahwa Ketika pelanggan mendapatkan pelayanan tidak akan selalu membuat pelanggan menjadi loyal itu dikarenakan kualitas layanan yang diterima oleh setiap pelanggan berbeda, oleh sebab itu kualitas layanan tidak selalu menjadi faktor utama yang membuat pelanggan menjadi loyal.

KESIMPULAN

Berdasarkan yang telah dibahas pada hasil dan pembahasan tersebut, sehingga dalam penelitian ini kesimpulan yang akan diangkat ialah sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan mobil rental Cenderawasih di Kabupaten Mimika.
2. Kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada rental mobil Cenderawasih di Kabupaten Mimika

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen rental mobil Cenderawasih di Kabupaten Mimika sebagai berikut:

1. Mengingat kepuasan pelanggan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dan paling dominan terhadap loyalitas pelanggan, maka pihak manajemen sebaiknya terus meningkatkan aspek-aspek yang menjadi sumber kepuasan tersebut. Misalnya dengan menjaga kualitas kendaraan, memberikan pelayanan yang ramah dan profesional serta mempercepat proses pemesanan dan pengembalian mobil agar lebih efisien.
2. Meskipun hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, namun bukan berarti kualitas layanan dapat diabaikan. Hal ini juga tetap penting sebagai fondasi bisnis jasa seperti melakukan evaluasi secara rutin terhadap standar pelayanan, serta fasilitas penunjang lainnya guna menjaga konsistensi pelayanan.
3. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, pihak rental perlu menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan, misalnya dengan melalui pelanggan aktif, memberikan diskon untuk pelanggan yang tetap, serta media informasi yang memudahkan pelanggan dan mengetahui ketentuan sewa.

DAFTAR PUSTAKA

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664.
- Albar, I., & Permatasari, B. (2024). Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Melalui E-Commerce Di Lampung. 14(2), 115–129.
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1183>
- Cassany, S. Al. (2019). Pengaruh Kelompok Referensi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Bahan Bakar Pertamina Di Kota Di Banda Aceh. *Jurnal Bisnis Net*, 2(3), 11–23.
- Inadjo, I. M., Mokal, B. J., & Kandowangko, N. (2023). Adaptasi Sosial SDN 1 Pineleng Menghadapi Dampak Covid-19 Di Desa Pineleng 1 Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Journal Ilmiah Society*, 3(1), 1–7. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/8077>
- Oktavia, R. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Perdana Rent Car di Kabupaten Jember) [Universitas Muhammadiyah Jember]. <https://repository.unmuhjember.ac.id/1543/>
- Ramadhan, M. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2), 153. <https://doi.org/10.33474/manajemen.v4i2.3733>
- Saputra, Y. S., & Hati, S. W. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Ojek Online (Wakjek) Di Kota Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(1), 96–121. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i1.1271>
- Septiani, D., Kusuma, D., Sudati, D., Sarfiah, N., Septiani, Y., & Ekonomi, F. (2019). ANALYSIS OF THE EFFECT OF REGIONAL DOMESTIC PRODUCTS OF BRUTO (GRDP), INFLATION, AND HUMAN DEVELOPMENT INDEX (IPM) ON INCOME IN INCOME OF YOGYAKARTA AREA IN YEAR 2011-2017. 1, 282–289.
- Soeparjitno, E. D., Ichsanuddin, & Bahrowi, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Stand Pakaian Pasar Tradisional Bandar Kediri). *Jur Nal Ekonomi Bisni S*, 4, 1–18.

Tahitu, A., Tutuhatonewa, A. R., & Fadirubun, V. M. (2024). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Gaya Kepemimpinan Lurah Milenial Di Kota Ambon. *Jurnal BADATI*, 6(1), 53-72.