

**PERAN MAINTENANCE DALAM MEMODERASI PENGARUH
SERVICE QUALITY TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
AUTOBAGUS RENT A CAR**

I Gusti Agung Ananta Bawika¹ Ni Ketut Purnawati²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
E-mail: anantabawika@gmail.com

ABSTRAK

Kinerja perusahaan merupakan capaian yang dihasilkan melalui berbagai aktivitas operasional yang dijalankan organisasi. *Service quality* sering dipandang sebagai faktor yang mampu memengaruhi tingkat kepuasan, sehingga dapat meningkatkan kinerja. Pada perusahaan jasa transportasi yang menggunakan fasilitas (kendaraan), *maintenance* akan memengaruhi kelancaran proses operasi pelayanan. Analisis pengaruh *service quality* terhadap kinerja perusahaan serta menilai apakah *maintenance* mampu memoderasi hubungan kualitas layanan dengan kinerja perusahaan Autobagus Rent a Car merupakan tujuan dari penelitian ini. Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian digunakan dalam penelitian ini, yang melibatkan 59 karyawan sebagai responden. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Hasil wawancara dari 59 responden menunjukkan hasil baik dari ketiga variabel yang diuji, dengan rata-rata nilai *service quality* sebesar 3,94, *maintenance* sebesar 3,84, dan kinerja perusahaan sebesar 3,83. Analisis statistik menggunakan Metode *Moderated Regression Analysis* (MRA) mengungkap bahwa nilai koefisien regresi *service quality* senilai 0,199 dengan tingkat signifikansi 0,137. Nilai koefisien peran moderator *maintenance* terhadap hubungan *service quality* terhadap kinerja perusahaan senilai -0,012 dan tingkat signifikansi senilai 0,890. Temuan ini menunjukkan bahwa *service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan *maintenance* tidak berfungsi sebagai variabel yang memoderasi hubungan tersebut.

Kata kunci: kinerja perusahaan; *maintenance*; *service quality*

ABSTRACT

Company performance reflects the outcomes achieved through a series of operational activities. Service quality is one factor that can influence customer satisfaction and potentially improve performance. In transportation service companies that rely on vehicle readiness, maintenance is essential for ensuring that operational activities run smoothly and without disruption. Analyzing the influence of service quality on company performance and to assess whether maintenance serves as a moderating variable in that relationship within Autobagus Rent a Car is the purpose of this study. This research applies an associative, quantitative approach involving 59 employees as respondents. Result from data gathered through observation, interviews, and questionnaires indicates the mean scores are 3.94 for service quality, 3.84 for maintenance, and 3.83 for company performance. The MRA results show that service quality has a regression coefficient of 0.199 on performance, accompanied by a significance level of 0.137. The interaction term between maintenance and service quality produces a coefficient of -0.012 with a significance value of 0.890. The analysis indicates that service quality lacks significant influence on firm performance, while maintenance does not play a moderating role in the link between service quality and performance outcomes.

Keywords: company performance; maintenance; service quality

PENDAHULUAN

Kinerja perusahaan merujuk pada hasil yang dicapai oleh perusahaan melalui berbagai tahapan proses dalam suatu periode, yang berujung pada pencapaian tolak ukur yang telah ditentukan oleh perusahaan sebagai langkah untuk memperoleh keuntungan maksimal (Partiwi & Herawati, 2022). Terdapat berbagai aspek yang mampu memengaruhi kinerja perusahaan. Aspek tersebut yaitu kualitas, digambarkan sebagai sebuah keadaan yang terus berkembang. Kualitas menyangkut produk, pelayanan, orang, proses, maupun lingkungan yang mencapai atau melampaui ekspektasi serta memberikan nilai lebih (Goetsch & Davis, 2016).

Service quality berperan sebagai unsur yang dapat memperbaiki kinerja perusahaan serta menjadi acuan bagi konsumen ketika menentukan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Salah satu elemen kunci yang patut mendapatkan perhatian dari perusahaan yaitu kualitas pelayanan, untuk menciptakan daya saing terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kecocokan antara layanan yang diperoleh pelanggan dengan harapan yang mereka miliki (Widyaningrum, 2020).

Dalam jasa transportasi, armada kendaraan menjadi bagian yang krusial dalam operasionalnya. Hal ini juga berlaku pada perusahaan rental mobil, di mana kondisi dari kendaraan yang disewakannya merupakan hal yang penting bagi kemampuan perusahaan dalam menawarkan jasanya. Apabila kendaraan-kendaraan perusahaan yang disewakan tersebut tidak dalam kondisi prima, maka akan memberikan dampak buruk kepada tingkat kepuasan konsumen, sehingga kinerja perusahaan pun juga menurun. Perusahaan harus melakukan *maintenance* terhadap kendaraannya secara berkala untuk menjaga kualitas kendaraan yang ditawarkan. *Maintenance* tersebut juga dapat membantu meningkatkan kelancaran aktivitas dari perusahaan tersebut, karena kendaraan yang telah dirawat dengan baik memiliki tendensi yang rendah untuk rusak, sehingga menurunkan terjadinya kendala dari aktivitas perusahaan yang diakibatkan oleh rusaknya kendaraan tersebut.

Maintenance merupakan segala bentuk aktivitas yang terlibat dalam memastikan peralatan dalam sistem bekerja dengan baik. *Maintenance* dibagi menjadi dua, yaitu preventif (*preventive maintenance*) dan perbaikan (*breakdown maintenance*). *Preventive maintenance* merupakan suatu aktivitas yang meliputi pengawasan peralatan dan fasilitas, pelaksanaan inspeksi rutin, pemberian servis, serta pemeliharaan agar fasilitas tetap berfungsi dengan baik. Tujuan dari kegiatan ini adalah menciptakan sistem yang dapat menekan variabilitas, menemukan potensi kerusakan, serta melakukan penyesuaian yang menjaga kelancaran dan efisiensi proses. *Preventive maintenance* melibatkan pengembangan sistem teknis dan sumber daya manusia yang dirancang untuk memastikan proses operasional berjalan dalam batas toleransi yang telah ditentukan. *Breakdown maintenance* merupakan perbaikan yang timbul ketika penerapan *preventive maintenance* gagal dalam penerapannya, sehingga peralatan atau fasilitas harus diperbaiki dalam basis prioritas atau darurat (Heizer et al., 2017).

Penelitian tentang peran kualitas pelayanan terhadap kinerja perusahaan telekomunikasi menemukan bahwa variabel kinerja perusahaan di Nigeria memiliki hubungan yang kuat dengan variabel *service quality* (Ojo, 2021). Penelitian lain juga menyatakan bahwa kinerja perusahaan telekomunikasi di Mesir memiliki

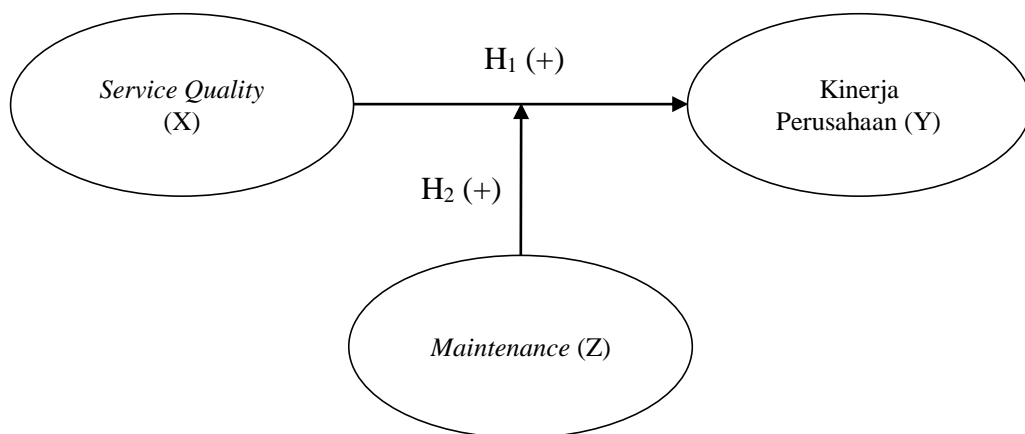
hubungan erat dengan variabel *service quality*. (Elrahman et al., 2020). Temuan ini berlawanan dengan studi (Gunawan, 2024), di mana *service quality* tidak mampu memengaruhi kinerja perusahaan secara signifikan.

Kajian tersebut mengungkapkan sebuah *research gap*, di mana *service quality* pada beberapa penelitian terbukti memengaruhi kinerja perusahaan, namun pada penelitian lain tidak memberikan pengaruh yang berarti. *Research gap* tersebut menjadi dasar bagi peneliti untuk melanjutkan kajian dengan menambahkan *maintenance* sebagai variabel moderasi yang menguji hubungan antarvariabel.

Penelitian yang dilakukan oleh Pradnyandari & Purnawati (2019) menemukan bahwa *maintenance* mengurangi dampak tersebut. Sebaliknya studi yang dilaksanakan oleh Dewi & Purnawati (2021) mengindikasikan bahwa *maintenance* mampu meningkatkan dampak *Total Quality Management (TQM)* terhadap kinerja perusahaan Bounty Cruises.

Autobagus Rent A Car merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyewaan mobil, di mana perusahaan ini menyewakan kendaraannya baik kepada perseorangan maupun kepada perusahaan atau organisasi. Autobagus Rent A Car melakukan *maintenance* terhadap armadanya secara mandiri. Pihak Autobagus juga telah melakukan pengendalian kualitas terhadap kendaraan yang disewakannya, akan tetapi, masih terdapat beberapa kendaraan yang kondisinya di bawah standar, sehingga timbul komplain dari pelanggan.

Menganalisis apakah *service quality* memiliki dampak atas kinerja perusahaan Autobagus Rent A Car dan apakah *maintenance* mampu memoderasi pengaruh *service quality* terhadap kinerja perusahaan merupakan tujuan utama dari penelitian ini.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Data diolah, 2024

Service quality adalah komponen kunci yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap jasa yang mereka peroleh. *Service quality* merupakan hal yang penting karena dengan *service quality* yang baik, perusahaan mampu mendapatkan pelanggan setia (Zeithaml et al., 1990, p. 9). Salah satu indikator dari kinerja perusahaan yaitu tingkat kepuasan pelanggan (Ojo, 2021). Kepuasan pelanggan tersebut dapat dievaluasi berdasarkan dari penilaian yang diberikan. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa *service quality* dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa *service quality* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dan kepuasan tersebut menjadi salah satu komponen yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan (Anggelina & Rastini, 2019; Banjar & Mandala, 2022; Fauzi & Mandala, 2019; Juliana, 2019; Melati & Purnami, 2025; Purwa & Ardani, 2017; Putra & Seminari, 2020; Segara & Sudiarta, 2019; Vidananda & Setiawan, 2021; Wiradarma & Respati, 2020).

Upaya *maintenance* sangat penting bagi perusahaan dalam mempertahankan kondisi mesin dan peralatan, mencegah potensi kerusakan, dan memastikan proses produksi berjalan sebagaimana dijadwalkan (Sidiq et al., 2020). Dengan adanya *maintenance*, maka kondisi alat-alat yang digunakan oleh perusahaan tersebut terjaga, sehingga kemungkinan terhadap gagalnya peralatan yang digunakan tersebut menurun. Kemungkinan kegagalan alat yang digunakan berdampak positif terhadap kelancaran proses aktivitas perusahaan jasa tersebut, sehingga *Maintenance* dinilai mampu mendorong lancarnya proses perusahaan jasa yang menggunakan alat.

Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang meneliti bagaimana *maintenance* berfungsi sebagai pemoderasi atas pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Dewi & Purnawati, 2021). Studi tersebut menyimpulkan bahwa *maintenance* memoderasi pengaruh TQM terhadap kinerja perusahaan, dan penelitian lain mengindikasikan bahwa *maintenance* juga memoderasi pengaruh *scheduling* terhadap kinerja perusahaan (Pradnyandari & Purnawati, 2019).

METODE PENELITIAN

Pendekatan berbasis kuantitatif dengan metode asosiatif diadopsi dalam penelitian ini. Penelitian dilaksanakan di kantor Autobagus Bali dengan melibatkan responden yang dipilih menggunakan teknik sampling jenuh. Objek dari penelitian ini adalah *maintenance* yang dilakukan terhadap kendaraan yang disewakan, baik preventif maupun korektif, dan *service quality* yang ditawarkan oleh Autobagus Rent A Car.

Tiga variabel dianalisis dalam penelitian ini, yakni kinerja perusahaan (Y) sebagai variabel terikat, *service quality* (X) sebagai variabel bebas, dan *maintenance* (Z) yang ditempatkan sebagai variabel pemoderasi.

Tabel 1.
Dimensi dan Indikator Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
Kinerja Perusahaan (Y)	1. Efektivitas	Perusahaan mampu melayani pelanggan sesuai dengan Prosedur operasional standar yang telah ditetapkan
	2. Efisiensi	Perusahaan mampu menggunakan sumber daya dengan efektif.
		Penggunaan sumber daya sesuai dengan hasil yang diperoleh
	3. Produktivitas	Penggunaan waktu sesuai dengan hasil yang diperoleh.
Pelanggan	4. Kepuasan	Pelayanan yang konsisten
	Pelanggan	Pelanggan puas dengan produk
		Pelanggan puas dengan layanan
		Kendaraan yang disewakan dalam kondisi layak jalan.
Service Quality (X)	1. <i>Reliability</i> (Keandalan)	Kendaraan dapat digunakan oleh pelanggan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.
		Driver dapat mengantarkan penumpang dengan tepat waktu.
	2. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Driver dapat mengantarkan kendaraan dengan tepat waktu.
		Karyawan cepat dalam menanggapi pelanggan.
		Karyawan cepat dalam memberikan bantuan apabila pelanggan mengalami masalah.
	3. <i>Assurance</i> (Kepastian)	Karyawan mekanik dapat menemukan masalah pada kendaraan dengan cepat.
		Kemudahan pelanggan dalam menjangkau <i>customer service</i>
		Informasi yang diberikan oleh karyawan akurat dan dapat dimengerti oleh pelanggan.
	4. <i>Empathy</i> (Empati)	Pelanggan dapat merasa aman dan nyaman selama menyewa kendaraan.
		Barang-barang yang dititipkan oleh pelanggan aman pada saat pelanggan menyewa kendaraan
5. <i>Tangibles</i> (Wujud)	Karyawan mampu memahami pelanggan dengan baik	
	Karyawan mampu menanggapi keluhan pelanggan	
	Karyawan bersifat sabar dalam mengatasi masalah yang dialami pelanggan	
Maintenance (Z)	1. <i>Preventive maintenance</i>	Karyawan ramah dalam melayani pelanggan
		Kenyamanan ruang tunggu
	2. <i>Breakdown maintenance</i>	Karyawan yang berpenampilan rapi
		Kendaraan yang disewakan bersih
		Kendaraan dibersihkan sebelum disewa
		Kendaraan diperiksa kelayakan jalannya sebelum disewa.
		<i>Maintenance</i> kendaraan sesuai standar dan prosedur
		Bahan bakar kendaraan diperiksa sebelum disewa,
		Pemeliharaan kendaraan dilakukan secara terjadwal.
		Mampu menemukan sumber dari terjadinya kerusakan pada kendaraan.
		Mampu memperbaiki kendaraan yang bermasalah

Sumber: Data diolah, 2024

Dua jenis data dimanfaatkan dalam studi ini, yakni data kualitatif serta data kuantitatif. Pemanfaatan data kualitatif pada penelitian ini berupa gambaran perusahaan, prosedur standar operasional, aktivitas yang dilakukan oleh karyawan terhadap kendaraan yang akan disewakan, dan data kegiatan *maintenance*. Data kuantitatif yang digunakan berupa data jumlah karyawan dan hasil pengukuran dari setiap indikator dan variabel-variabel hipotesis penelitian.

Sumber data penelitian mencakup data primer yang dihimpun langsung dari lapangan dan data sekunder yang diperoleh melalui dokumen perusahaan, seperti laporan dan catatan internal. Pengambilan data dilakukan dengan observasi kegiatan operasional perusahaan yang dilakukan dengan kondisi bahwa kegiatan observasi dipastikan dapat berjalan tanpa mengganggu kegiatan operasional dari perusahaan., wawancara yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan penelitian kepada pemimpin perusahaan, dan kuesioner. Pertanyaan dari kuesioner tersebut dijawab dengan memanfaatkan skala Likert berskala satu hingga lima. Pertanyaan untuk responden disampaikan menggunakan Google Formulir, di mana formulir ini disebarluaskan secara online melalui *link* yang diberikan kepada responden

Instrumen penelitian diuji dengan dua metode, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas bertujuan memastikan bahwa data yang terkumpul benar-benar mencerminkan apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, sedangkan jika r hitung berada di bawah r tabel, maka instrumen tersebut dianggap tidak valid.

Pengujian reliabilitas bertujuan melihat konsistensi hasil pengukuran apabila prosedur yang sama diterapkan berulang kali pada objek penelitian yang sama. Nilai *Cronbach's Alpha* digunakan sebagai dasar penilaian, di mana instrumen dianggap reliabel apabila nilai tersebut melampaui angka 0,6.

Analisis data mencakup uji asumsi klasik, uji F, koefisien determinasi (R^2), dan uji t. Uji asumsi klasik bertujuan memastikan model regresi bebas dari bias sehingga valid untuk digunakan (Utama, 2016, p. 99). Pengujian asumsi klasik dilakukan melalui dua prosedur, yaitu normalitas dan heteroskedastisitas.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode Moderated Regression Analysis (MRA). Pendekatan ini digunakan untuk menguji apakah suatu variabel mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan dependen melalui pengujian interaksi antarvariabel (Utama, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden penelitian ini diambil dari karyawan kantor Autobagus Rent a Car pusat Bali yang berjumlah 59 orang. Responden terdiri dari 37 Laki-laki 22 perempuan, rentang usia dari 20 tahun hingga 60 tahun. Jabatan responden dalam perusahaan berjumlah 4 orang sebagai manajer dan 55 orang sebagai staff, dengan masa kerja 1 tahun hingga 19 tahun. Pendidikan responden yaitu tingkat SMA sebanyak 29 orang, S1/D4 sebanyak 27 orang, D3 sebanyak 1 orang, D1 sebanyak 1 orang, dan paket C sebanyak 1 orang.

Instrumen kuesioner yang digunakan pada penelitian ini telah diuji kualitasnya melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan menggunakan metode analisis korelasi *Pearson Product Moment* Hasil validitas

memperlihatkan bahwa seluruh item memiliki korelasi lebih tinggi dari 0,2542 ($df = 57$), sehingga setiap indikator dinilai layak untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Koef.	Sig	Ket
<i>Service Quality (X)</i>	<i>Reliability</i>	Setiap kendaraan yang disewakan berada dalam kondisi yang layak jalan.	0,686	0,000	Valid
		Kendaraan yang disewakan dapat digunakan oleh pelanggan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.	0,668	0,000	Valid
		Driver dapat mengantarkan kendaraan dengan tepat waktu.	0,489	0,000	Valid
		Driver dapat mengantarkan pelanggan dengan tepat waktu	0,599	0,000	Valid
	<i>Responsiveness</i>	Setiap karyawan perusahaan dapat dengan cepat menanggapi kebutuhan pelanggan.	0,684	0,000	Valid
		Setiap karyawan perusahaan dapat dengan cepat memberikan bantuan kepada pelanggan apabila mengalami masalah.	0,757	0,000	Valid
		Setiap mekanik perusahaan dapat menemukan dan memperbaiki masalah pada kendaraan yang bermasalah dengan cepat.	0,65	0,000	Valid
	<i>Assurance</i>	Pelanggan dapat dengan mudah menjangkau <i>customer service</i> saat dibutuhkan.	0,499	0,000	Valid
		Informasi yang diberikan oleh setiap karyawan perusahaan merupakan informasi yang akurat dan dapat dimengerti oleh pelanggan.	0,555	0,000	Valid
		Pelanggan dapat merasa aman dan nyaman ketika menyewa kendaraan perusahaan.	0,557	0,000	Valid
		Setiap barang yang dititipkan oleh pelanggan berada dalam kondisi aman pada saat pelanggan menyewa kendaraan.	0,594	0,000	Valid
	<i>Emphaty</i>	Setiap karyawan perusahaan mampu memahami pelanggan dengan baik.	0,621	0,000	Valid
		Setiap karyawan perusahaan mampu menanggapi keluhan pelanggan dengan baik.	0,635	0,000	Valid
		Setiap karyawan perusahaan bersifat sabar dalam mengatasi masalah yang dialami oleh pelanggan.	0,487	0,000	Valid

Variabel	Dimensi	Indikator	Koef.	Sig	Ket	
Kinerja Perusahaan (Y)	Tangibles	Setiap karyawan perusahaan bersikap ramah dalam melayani pelanggan.	0,572	0,000	Valid	
		Ruang tunggu dari perusahaan nyaman untuk ditempati oleh pelanggan.	0,707	0,000	Valid	
		Setiap karyawan perusahaan berpenampilan rapi.	0,577	0,000	Valid	
		Kendaraan yang disewakan oleh perusahaan berada dalam kondisi bersih.	0,697	0,000	Valid	
	Efektivitas	Perusahaan mampu melayani pelanggan sesuai dengan Prosedur operasional standar yang telah ditetapkan	0,743	0,000	Valid	
		Perusahaan mampu mencapai target dengan menggunakan sumber daya yang ada.	0,744	0,000	Valid	
	Efisiensi	Sumber daya yang digunakan oleh perusahaan sudah sebanding dengan hasil yang diperoleh oleh perusahaan.	0,641	0,000	Valid	
		Waktu yang digunakan oleh perusahaan untuk beroperasi sudah sebanding dengan hasil yang diperoleh oleh perusahaan.	0,691	0,000	Valid	
	Produktivitas	Perusahaan mampu memberikan pelayanan secara konsisten.	0,741	0,000	Valid	
		Produk yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan.	0,685	0,000	Valid	
	Maintenance (Z)	Kepuasan Pelanggan	Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan.	0,641	0,000	Valid
			Perusahaan selalu mencuci kendaraan sebelum disewakan.	0,562	0,000	Valid
		Preventive Maintenance	Perusahaan selalu memeriksa kelayakan jalan kendaraan sebelum disewakan.	0,725	0,000	Valid
			Perusahaan selalu memelihara kendaraan sesuai standar dan prosedur yang telah ditetapkan.	0,815	0,000	Valid
Perusahaan selalu memeriksa bahan bakar dari kendaraan sebelum disewakan			0,555	0,000	Valid	
Perusahaan selalu melakukan pemeliharaan terhadap kendaraan secara terjadwal.			0,757	0,000	Valid	
Corrective Maintenance	Mekanik perusahaan mampu menemukan sumber dari terjadinya kerusakan pada kendaraan.	0,699	0,000	Valid		
	Mekanik perusahaan mampu memperbaiki kendaraan yang mengalami masalah.	0,654	0,000	Valid		

Sumber: Data diolah 2024

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel berada di atas 0,6, yang menandakan bahwa instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang memadai.

Tabel 3.
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Service Quality</i>	0,903	Reliabel
Kinerja Perusahaan	0,820	Reliabel
<i>Maintenance</i>	0,809	Reliabel

Sumber: Data diolah 2024

Setelah data terkumpul, dilakukan pengujian normalitas dan heteroskedastisitas. Berdasarkan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,078. Nilai yang melebihi ambang 0,05 ini menunjukkan bahwa distribusi data dalam penelitian memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		59
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,33328301
Most Extreme Differences	Absolute	0,109
	Positive	0,086
	Negative	-0,109
Test Statistic		0,109
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,078

Sumber: Data diolah 2024

Rerata *service quality* pada Autobagus Rent A Car tergolong kategori baik dengan rerata tertinggi adalah sebesar 4,08 ditemukan pada sikap ramah dalam melayani pelanggan dan kemudahan pelanggan dalam menjangkau *customer service* dan rerata terendah sebesar 3,68 ditemukan pada kemampuan mekanik dalam menemukan dan memperbaiki masalah kendaraan.

Tabel 5.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,388	0,221		1,754	0,085
	<i>Service Quality</i>	-0,049	0,093	-0,118	-0,531	0,598
	<i>Maintenance</i>	0,016	0,079	0,046	0,208	0,836

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, diperoleh nilai Sig. dari variabel *service quality* sebesar $0,598 > 0,05$ dan variabel *maintenance* sebesar $0,836 > 0,05$, yang menunjukkan bahwa data tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6.
Rerata *Service Quality*

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata	Kriteria
		org	org	org	org	org		
<i>Reliability</i>								
1.	Setiap kendaraan yang disewakan berada dalam kondisi yang layak jalan.	0	8	9	26	16	3,85	Baik
2.	Kendaraan yang disewakan dapat digunakan oleh pelanggan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.	0	2	9	31	17	4,07	Baik
3.	Driver dapat mengantarkan kendaraan dengan tepat waktu.	0	2	8	35	14	4,03	Baik
4.	Driver dapat mengantarkan pelanggan dengan tepat waktu	0	2	12	31	14	3,97	Baik
<i>Responsiveness</i>								
5.	Setiap karyawan perusahaan dapat dengan cepat menanggapi kebutuhan pelanggan.	0	2	17	29	11	3,83	Baik
6.	Setiap karyawan perusahaan dapat dengan cepat memberikan bantuan kepada pelanggan apabila mengalami masalah.	0	2	18	28	11	3,81	Baik
7.	Setiap mekanik perusahaan dapat menemukan dan memperbaiki masalah pada kendaraan yang bermasalah dengan cepat.	1	7	15	23	13	3,68	Baik
8.	Pelanggan dapat dengan mudah menjangkau <i>customer service</i> saat dibutuhkan.	0	1	9	33	16	4,08	Baik
<i>Assurance</i>								
9.	Informasi yang diberikan oleh setiap karyawan perusahaan merupakan informasi yang akurat dan dapat dimengerti oleh pelanggan.	0	1	16	31	11	3,88	Baik
10.	Pelanggan dapat merasa aman dan nyaman ketika menyewa kendaraan perusahaan.	0	2	11	32	14	3,98	Baik
11.	Setiap barang yang dititipkan oleh pelanggan berada dalam kondisi aman pada saat pelanggan menyewa kendaraan.	0	4	9	31	15	3,97	Baik
<i>Emphaty</i>								
12.	Setiap karyawan perusahaan mampu memahami pelanggan dengan baik.	0	2	12	29	16	4,00	Baik
13.	Setiap karyawan perusahaan mampu menanggapi keluhan pelanggan dengan baik.	0	2	9	31	17	4,07	Baik

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata	Kriteria
		org	org	org	org	org		
14.	Setiap karyawan perusahaan bersifat sabar dalam mengatasi masalah yang dialami oleh pelanggan.	0	0	12	31	16	4,07	Baik
15.	Setiap karyawan perusahaan bersikap ramah dalam melayani pelanggan.	0	3	9	27	20	4,08	Baik
<i>Tangibles</i>								
16.	Ruang tunggu dari perusahaan nyaman untuk ditempati oleh pelanggan.	0	9	13	24	13	3,69	Baik
17.	Setiap karyawan perusahaan berpenampilan rapi.	0	1	14	28	16	4,00	Baik
18.	Kendaraan yang disewakan oleh perusahaan berada dalam kondisi bersih.	0	6	11	28	14	3,85	Baik
RATA-RATA TOTAL							3,94	

Sumber: Data diolah 2024

Rerata kinerja perusahaan tergolong kategori baik dengan rerata tertinggi sebesar 4,07 ditemukan pada kemampuan perusahaan dalam melayani pelanggan telah mengikuti *Standard Operating Procedure* (SOP) yang diterapkan dan rerata terendah sebesar 3,61 ditemukan pada waktu yang digunakan oleh perusahaan untuk beroperasi sudah sebanding dengan hasil yang diperoleh oleh perusahaan.

Tabel 7.
Rerata Kinerja Perusahaan

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata	Kriteria
		org	org	org	org	org		
<i>Efektivitas</i>								
1.	Perusahaan mampu melayani pelanggan sesuai dengan Prosedur operasional standar yang telah ditetapkan	0	1	7	38	13	4,07	Baik
2.	Perusahaan mampu mencapai target dengan menggunakan sumber daya yang ada.	0	6	14	28	11	3,75	Baik
<i>Efisiensi</i>								
3.	Sumber daya yang digunakan oleh perusahaan sudah sebanding dengan hasil yang diperoleh oleh perusahaan.	0	6	17	27	9	3,66	Baik
4.	Waktu yang digunakan oleh perusahaan untuk beroperasi sudah sebanding dengan hasil yang diperoleh oleh perusahaan.	0	4	23	24	8	3,61	
<i>Produktivitas</i>								
5.	Perusahaan mampu memberikan pelayanan secara konsisten.	0	3	11	28	17	4,00	Baik

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata	Kriteria
		org	org	org	org	org		
<i>Kepuasan Pelanggan</i>								
6.	Produk yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan.	0	6	12	27	14	3,83	Baik
7.	Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan.	0	3	11	33	12	3,92	Baik
RATA-RATA TOTAL							3,83	

Sumber: Data diolah 2024

Rerata *maintenance* tergolong kategori baik dengan rerata tertinggi sebesar 4,05 ditemukan pada indikator perusahaan selalu mencuci kendaraan sebelum disewakan dan rerata terendah sebesar 3,69 ditemukan pada indikator perusahaan selalu memelihara kendaraan sesuai standar dan prosedur yang telah ditetapkan.

Tabel 8.
Rerata *Maintenance*

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata	Kriteria
		org	org	org	org	org		
<i>Preventive Maintenance</i>								
1.	Perusahaan selalu mencuci kendaraan sebelum disewakan.	0	2	10	30	17	4,05	Baik
2.	Perusahaan selalu memeriksa kelayakan jalan kendaraan sebelum disewakan.	0	4	14	28	13	3,85	Baik
3.	Perusahaan selalu memelihara kendaraan sesuai standar dan prosedur yang telah ditetapkan.	0	7	12	32	8	3,69	Baik
4.	Perusahaan selalu memeriksa bahan bakar dari kendaraan sebelum disewakan	0	5	9	32	13	3,90	Baik
5.	Perusahaan selalu melakukan pemeliharaan terhadap kendaraan secara terjadwal.	0	6	17	21	15	3,76	Baik
<i>Corrective Maintenance</i>								
6.	Mekanik perusahaan mampu menemukan sumber dari terjadinya kerusakan pada kendaraan.	0	4	16	27	12	3,80	Baik
7.	Mekanik perusahaan mampu memperbaiki kendaraan yang mengalami masalah.	0	5	13	29	12	3,81	Baik
RATA-RATA TOTAL							3,84	

Sumber: Data diolah, 2024

Model *Moderated Regression Analysis* (MRA) akan digunakan untuk menguji dampak *service quality* terhadap kinerja perusahaan dan peran *maintenance* sebagai pemoderasi pengaruh *service quality* terhadap kinerja perusahaan. Hasil uji disajikan dalam bentuk rekapitulasi hasil analisis MRA pada tabel berikut.

Tabel 9.
Moderated Regression Analysis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,534	0,366		1,462	0,150
	<i>Service Quality</i> (X)	0,227	0,150	0,199	1,509	0,137
	<i>Maintenance</i> (Z)	0,628	0,129	0,645	4,868	0,000
	X*Z	-	0,116	-0,012	-	0,890
		0,016			0,139	
	Adjusted R ²	0,638				
	F _{Hitung}	35,016				
	Sig. F	0,000				

Sumber: Data diolah, 2024

Dengan asumsi variabel lainnya konstan, kinerja perusahaan akan meningkat seiring dengan membaiknya *service quality*. Nilai koefisien regresi X sebesar β_1 dengan nilai 0,199 merupakan indikator dari hal tersebut. Namun, variabel ini tidak memberikan dampak yang signifikan yang ditandai oleh nilai sig. sebesar $0,137 > \alpha = 0,05$.

Dengan asumsi variabel lainnya konstan, kinerja perusahaan akan meningkat seiring dengan membaiknya *maintenance*. Nilai koefisien regresi Z sebesar β_2 dengan nilai 0,645 merupakan indikator dari hal tersebut. Variabel ini juga memberikan dampak yang signifikan yang ditandai oleh nilai sig. sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$.

Dengan asumsi variabel lainnya konstan, kinerja perusahaan berbanding terbalik dengan interaksi antara *service quality* dengan *maintenance*, di mana apabila interaksi antara *service quality* dengan *maintenance* meningkat, maka kinerja perusahaan justru akan mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi X sebesar β_1 dengan nilai -0,016. Namun, variabel ini tidak memberikan dampak yang signifikan yang ditandai oleh nilai sig. sebesar $0,890 > \alpha = 0,05$.

Nilai β_1 yang positif ($\beta_1 = 0,227$) namun tidak signifikan (Sig. 0,150 > 0,05), serta β_3 yang bernilai negatif ($\beta_3 = -0,016$) dan juga tidak signifikan (Sig. 0,890 > 0,05), menunjukkan bahwa variabel Z tidak mampu memengaruhi kekuatan hubungan antara X dan Y. Dengan kondisi tersebut, Z lebih tepat diperlakukan sebagai variabel prediktor biasa (Predictor Moderasi Variabel) daripada sebagai variabel pemoderasi. Kesimpulan ini terlihat dari β_2 yang signifikan, sedangkan β_3 tidak menunjukkan pengaruh berarti (Sig. 0,890 > 0,05), sehingga peran moderasi Z tidak terbukti dalam model ini.

Nilai Uji F = 35,016 dan sig. F = 0,000 < $\alpha = 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa model persamaan yang diterapkan dalam penelitian ini valid dan dapat diterapkan dengan layak. Koefisien determinasi (R^2) bernilai 0,638 berarti 63,8% variasi dari variabel kinerja perusahaan dapat dijelaskan variasi dari variabel independen *service quality* dan variabel moderasi *maintenance*. Sisa variasi senilai 36,2% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk ke dalam model penelitian ini.

Merujuk pada Tabel 9, diperoleh nilai t hitung sebesar 1,509 untuk variabel *service quality*, lebih rendah dibandingkan t tabel sebesar 2,002 (df = 57). Nilai signifikansi 0,137 yang berada di atas taraf $\alpha = 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) tidak dapat didukung. Dengan kata lain, meskipun arah hubungan *service quality* terhadap kinerja bersifat positif, pengaruh tersebut tidak signifikan.

Tabel 9 memperlihatkan bahwa variabel interaksi memiliki nilai t hitung – 0,139, jauh lebih rendah dari t tabel 2,002 (df = 57). Nilai p sebesar 0,916 yang melampaui $\alpha = 0,05$ menandakan bahwa hipotesis kedua (H2) tidak terverifikasi. Koefisien regresi –0,016 mengindikasikan bahwa *maintenance* tidak memiliki fungsi moderasi dalam hubungan antara *service quality* dan kinerja perusahaan

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa variabel *service quality* tidak mampu memengaruhi kinerja perusahaan secara positif dan signifikan. temuan ini berlawanan dengan hipotesis pertama (H1) penelitian, yang menegaskan bahwa kinerja perusahaan Autobagus Rent a Car dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *service quality*. Hasil penelitian ini didukung dengan nilai koefisien regresi dari variabel *service quality* terhadap kinerja perusahaan sebesar 0,199 dengan tingkat signifikansi senilai 0,137. Ini mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan tidak akan meningkat secara signifikan apabila *service quality* ditingkatkan. Hasil yang diperoleh mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *service quality* tidak memiliki dampak signifikan terhadap kinerja perusahaan (Gunawan, 2024).

Penyebab mengapa *service quality* tidak mampu memengaruhi kinerja perusahaan secara signifikan dapat dikarenakan adanya variabel *maintenance* dalam penelitian ini. Dalam industri jasa penyewaan mobil, *Service quality* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan karena pelanggan mengapresiasi ketika pelayanan diberikan dengan baik. Namun, ketika disandingkan dengan variabel *maintenance*, pengaruh variabel *service quality* menjadi tidak signifikan dalam memengaruhi kinerja perusahaan. Hal ini dikarenakan pelanggan lebih menghargai kondisi dan kelayakan kendaraan yang ditawarkan ketimbang pelayanan yang diberikan. Jadi walaupun perusahaan memberikan pelayanan yang baik, kinerja perusahaan tetap akan rendah apabila *maintenance* untuk menjaga kondisi dan kelayakan kendaraan tidak dilaksanakan dengan baik.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa variabel *maintenance* tidak mampu memoderasi keterkaitan antara *service quality* terhadap kinerja perusahaan Autobagus Rent a Car. Hasil ini bertentangan dengan hipotesis dua (H2) penelitian, yaitu *maintenance* dapat memperkuat secara signifikan pengaruh *service quality* terhadap kinerja perusahaan. Variabel *maintenance* sebagai variabel independen mampu mempengaruhi kinerja perusahaan secara positif dan signifikan, dengan nilai koefisien bernilai 0,628 dan tingkat signifikansi 0,000. Namun sebagai variabel moderasi pengaruh *service quality* terhadap kinerja perusahaan, variabel *maintenance* memiliki dampak negatif tidak signifikan dengan nilai koefisien - 0,016 dan tingkat signifikansi 0,890.

Temuan penelitian ini tidak selaras dengan studi sebelumnya yang mengungkap bahwa *maintenance* mampu memoderasi secara positif signifikan pengaruh TQM terhadap kinerja perusahaan (Dewi & Purnawati, 2021), namun

sejalan parsial terhadap penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *maintenance* mampu memoderasi secara negatif signifikan pengaruh *scheduling* terhadap kinerja perusahaan (Pradnyandari & Purnawati, 2019).

Penyebab mengapa *maintenance* memoderasi secara negatif pengaruh *service quality* terhadap kinerja perusahaan dapat dikarenakan adanya kekurangan perusahaan dalam mengikuti standar dan prosedur yang ditetapkan dalam perawatan kendaraan. Hal ini diindikasikan oleh indikator *maintenance* “Perusahaan selalu memelihara kendaraan sesuai standar dan prosedur yang telah ditetapkan” memiliki nilai rata-rata terendah, yaitu 3,69. Ketidakpatuhan terhadap standar dan prosedur *maintenance*, khususnya pada *preventive maintenance* yang berlaku dapat menimbulkan kerusakan yang tidak terduga dari kendaraan. Kerusakan tersebut dapat memberikan dampak buruk kepada reliabilitas kendaraan yang disewakan, sehingga pelanggan merasa kurang nyaman dalam menyewa kendaraan.

Di saat yang bersamaan, variabel *maintenance* tidak mampu memoderasi pengaruh *service quality* terhadap kinerja perusahaan, sehingga diimplikasikan bahwa *maintenance* tidak memberikan dampak yang bermakna terhadap pengaruh tersebut. Ketidakmampuan variabel *maintenance* dalam memoderasi pengaruh *service quality* terhadap kinerja perusahaan dapat disebabkan oleh *maintenance* yang bersifat backstage dan tidak dapat dilihat secara langsung oleh pelanggan. Akibatnya, peningkatan *maintenance* tidak secara langsung mengubah persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, sehingga variabel ini tidak mampu mengubah dampak *service quality* terhadap kinerja perusahaan.

Temuan ini diharapkan dapat memperkaya teori manajemen operasi yaitu untuk mengetahui pengaruh yang dapat diberikan oleh *service quality* terhadap kinerja perusahaan, dan kemampuan moderasi dari *maintenance* terhadap pengaruh *service quality* pada kinerja perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang berarti antara *service quality* dan kinerja perusahaan, serta bahwa *maintenance* tidak mampu bertindak sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan tersebut. Temuan ini memberikan kontribusi tambahan terhadap berbagai studi terdahulu, baik yang bersumber dari artikel maupun jurnal ilmiah pada tingkat regional, nasional, maupun internasional, sehingga memperluas bukti empiris di bidang ini.

Implikasi praktis berdasarkan temuan yang didapatkan yaitu manajemen perusahaan dapat mengukur atau menilai kinerja perusahaan berdasarkan respons yang diberikan oleh pelanggan terkait dengan *service quality* yang diberikan oleh para karyawan dan *maintenance* yang dilakukan kepada kendaraan Autobagus Rent a Car dan melakukan peningkatan terhadap kedua aspek tersebut. Namun, manajemen perusahaan tidak bisa meningkatkan pengaruh *service quality* terhadap kinerja perusahaan melalui peningkatan *maintenance*, karena variabel ini tidak mampu memoderasi pengaruh tersebut.

Penerapan *service quality* dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas dari karyawan dalam melayani pelanggan, seperti meningkatkan daya tanggap terhadap permintaan dan aduan pelanggan, menyampaikan informasi dengan jelas dan akurat, bersikap ramah, berpenampilan rapi, dan mampu menepati waktu.

Perusahaan seharusnya melakukan *preventive maintenance* sesuai dengan

standar dan prosedur *maintenance* untuk setiap kendaraan perusahaan dengan memeriksa kelayakan, bahan bakar yang terisi, dan membersihkan kendaraan sebelum disewakan. Selain itu, perusahaan dapat menerapkan *maintenance* dengan cara meningkatkan kemampuan mekanik perusahaan dalam mendiagnosis dan memperbaiki masalah yang muncul dari kendaraan dengan baik dan cepat.

SIMPULAN DAN SARAN

Merujuk pada rumusan masalah, tujuan penelitian, dan hasil empiris, ditemukan bahwa *service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pada lima dimensi kualitas layanan (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*) tidak memberikan perubahan yang substansial terhadap kinerja Autobagus Rent a Car.

Ditemukan juga bahwa variabel *maintenance* tidak berperan dalam memperkuat maupun memperlemah hubungan antara *service quality* dan kinerja perusahaan. Hal ini berarti tingkat pemeliharaan yang dilakukan perusahaan tidak memengaruhi besar atau kecilnya dampak *service quality* terhadap kinerja.

Bagi perusahaan disarankan pada variabel *service quality*, hal yang perlu dijaga yaitu keandalan perusahaannya dengan menjaga kelayakan jalan kendaraan yang disewakan dengan mengintensifkan proses *preventive maintenance*, seperti memeriksa komponen kendaraan, melakukan pembersihan, serta merawat kendaraan sesuai standar dan prosedur yang berlaku. Selain itu, perusahaan dapat meningkatkan daya tanggap terutama pada kesigapan mekanik dalam mengatasi masalah kendaraan dengan cepat. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan pelatihan lebih lanjut dan menyediakan peralatan yang lebih baik untuk mempercepat proses perbaikan. Peningkatan ini juga dapat meningkatkan kemampuan *corrective maintenance* dari perusahaan, di mana pelatihan tambahan dan alat yang lebih baik dapat membantu kemampuan mekanik perusahaan dalam menemukan sumber dari terjadinya kerusakan pada kendaraan.

Perusahaan juga dapat meningkatkan *service quality*-nya melalui penjaminan informasi yang diberikan kepada pelanggan akurat dan dapat dimengerti dengan lebih memahami kendaraan yang disewakan, mampu memahami pelanggan dengan baik sebagai bentuk empati seperti mengetahui apa keperluan pelanggan dan memberikan solusi yang sesuai, dan menjaga kebersihan dari setiap kendaraan yang disewakan dengan melakukan pembersihan kendaraan setelah kendaraan kembali dari pelanggan dan memeriksa ulang kebersihannya sebelum disewakan kembali. Saran ini diharapkan mampu meningkatkan *service quality* dan *maintenance* yang dapat diberikan serta mengoptimalkan kegiatan *maintenance* yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melaksanakan penelitian yang mampu mencakup lebih luas serta menambahkan variabel yang diteliti, seperti kualitas produk, *Total Quality Management* (TQM), serta variabel lainnya di luar penelitian ini yang berkaitan untuk mengukur kinerja perusahaan dari segi manajemen operasi.

REFERENSI

- Angelina, N. W. D. R., & Rastini, N. M. (2019). PERAN NILAI PELANGGAN MEMEDIASI PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5304. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p24>
- Banjar, A. K., & Mandala, K. (2022). PENGARUH LAYOUT TOKO, VISUAL MERCHANDISING DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. FENNY DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(12), 2085. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i12.p06>
- Dewi, N. P. T. D., & Purnawati, N. K. (2021). PERAN MAINTENANCE DALAM MEMODERASI PENGARUH TQM TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN BOUNTY CRUISES DI PELABUHAN BENOA. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(2), 125. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p02>
- Elrahman, A., El-Borsaly, A., & Hassan, S. (2020). THE IMPACT OF SERVICE QUALITY ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE IN THE MOBILE TELECOMMUNICATIONS SECTOR IN EGYPT. *Proceedings on Engineering Sciences*, 2(1), 93–104. <https://doi.org/10.24874/pes02.01.010>
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p18>
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2016). *Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality* (8th ed.). Pearson Education, Inc.
- Gunawan, H. M. (2024). The Impact of Information Quality, Process Quality, and Service Quality Towards Organizational Performance Through Organizational Innovativeness on Beauty Clinics in Surabaya. *National Conference on Business, Management, and Accounting Universitas Pelita Harapan*, 7, 657–669. <https://ojs.uph.edu/index.php/NCBMA/article/view/8798>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (12th ed.). Pearson Education, Inc.
- Juliana, J. (2019). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY DAN PRICE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5867. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p25>
- Melati, T., & Purnami, N. M. (2025). PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA VILLA TELAGA WANA GIANYAR. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 14(9), 698–717. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2025.v14.i9.p03>

- Ojo, A. A. (2021). Role Of Service Quality On Organizational Performance Among Telecommunication Employees In Southwestern States In Nigeria. *Psychocentrum Review*, 3(2), 198–205. <https://doi.org/10.26539/pcr.32635>
- Partiwi, R., & Herawati, H. (2022). PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, 17(1), 29–38. <https://doi.org/10.37301/jkaa.v17i1.76>
- Pradnyandari, T. S., & Purnawati, N. K. (2019). PERAN MAINTENANCE DALAM MEMODERASI PENGARUH SCHEDULING TERHADAP KINERJA MASKAPAI PENERBANGAN (Studi Pada Garuda Indonesia Airline). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(6), 3473. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i06.p07>
- Purwa, I. B. N. S., & Ardani, I. G. A. K. S. (2017). PERAN KEPERCAYAAN NASABAH DALAM MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 192. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p08>
- Putra, K. A. G. K., & Seminari, N. K. (2020). KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN KEWAJARAN HARGA BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN THE OLD CHAMP CAFE. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(10), 3423. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i10.p01>
- Segara, I. G. B. M., & Sudiarta, G. M. (2019). PERAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH TOTAL QUALITY MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SEPEDA BALI TOUR. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 3247. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p24>
- Sidiq, E. P., Praptono, B., & Alhilman, J. (2020). PREVENTIVE MAINTENANCE PADA USAHA RENTAL MOBIL “FLEGA” DI KOTA SAMARINDA MENGGUNAKAN METODE RISK BASED MAINTENANCE. *e-Proceeding of Engineering*, Vol.7(No.2), 6310–6317. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/13332>
- Utama, M. S. (2016). *Aplikasi analisis kuantitatif: untuk ekonomi dan bisnis*. C.V. Sastra Utama.
- Vidananda, N. K. P., & Setiawan, P. Y. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DI LARISSA AESTHETIC CENTER DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(4), 333. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i04.p02>
- Widyaningrum, I. D. (2020). The Effect Of Quality Of Service And Facilities On Customer Satisfaction And Customer Loyalty THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE AND FACILITIES ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY IN LUMINOR HOTEL MANGGA BESAR JAKARTA BARAT. *Jurnal STEI Ekonomi*, XX(XX), 1–19.

- Wiradarma, I. W. A., & Respati, N. N. R. (2020). PERAN CUSTOMER SATISFACTION MEMEDIASI PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA LAZADA DI DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 637. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p12>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press.