

ABSTRAK

Theory of Planned Behaviour (TPB) sebagai dasar ditulisnya penelitian dengan metode kuantitatif eksplanatori yang dilakukan untuk menguji niat beli ulang (*repurchase intention*) dari 200 responden yang berperan sebagai penyewa jasa rental mobil di Semarang. Melihat dari lima indikator yang di uji sebagai variabel mediasi untuk melihat dari segi kepercayaan, kepuasan, pengalaman, dan pelayanan dari jasa rental tersebut.

Perubahan perilaku konsumen dan tingginya tingkat peralihan pelanggan menjadi latar belakang utama studi ini. Data yang didapatkan melalui persebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah menyewa mobil di Semarang. Data tersebut di analisis menggunakan SEM AMOS dengan temuan dimana pengalaman pelanggan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan maupun niat beli ulang. Di sisi lain, kualitas layanan juga terbukti tidak mampu secara langsung mendorong konsumen untuk menyewa kembali.

Niat beli ulang hanya dapat terjadi apabila mediasi yang dilakukan penuh dan tiap indikator saling memicu serta berkaitan. Ditemukan bahwa pelaku bisnis rental mobil khususnya di Semarang tidak cukup hanya mengandalkan kelayakan armada fisik. Namun, mereka diwajibkan untuk memprioritaskan transparansi dan integritas guna mengunci loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Kata Kunci: Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Merek, Niat Beli Ulang.