
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PANCA DAYA SUKSES**

*EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PROMOTIONAL QUALITY
TOWARD CUSTOMER SATISFACTION AT PT PANCA DAYA SUKSES*

Andy Tandiono, Raymond

Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

E-mail:pb160910367@upbatam.ac.id

Abstrak: Dalam suatu perusahaan, manajemen pemasaran memainkan peran penting dalam mempengaruhi kegiatan perusahaan. Persyaratan perusahaan untuk membawa kesuksesan memaksimalkan penjualan perusahaan. Penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan promosi kualitas terhadap kepuasan pelanggan di PT Panca Daya Sukses di kota Batam. PT Panca Daya Sukses adalah layanan penyejuk udara. Populasi yang digunakan adalah 148 pelanggan. Jenis sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Metode pemrosesan data menggunakan SPSS (Statistik Produk dan Solusi Layanan) versi dua puluh satu. Didukung pada hasil pengujian, dapat dilihat bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan dan kualitas promosi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan; Kualitas Promosi; Kepuasan Pelanggan

Abstract: In a company, marketing management plays an important role in influencing company activities. The company's requirements for bring success are maximizing sales of company's. This study to determine and analyze the effect of service quality and promotion quality on customer satisfaction at PT Panca Daya Sukses in the city of Batam. PT Panca Daya Sukses is an air-conditioning service. The population used is 148 customers. Type of sample used in this study is saturated sample. Data collection techniques used in this study were through questionnaires. The data processing method uses SPSS (Statistical Product and Service Solution) version twenty one. Supported on the test results, it can be seen on that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Promotion quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality and promotion quality simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction

Keyword: service quality; promotion quality; customer satisfaction

PENDAHULUAN

Pada masa perkembangan saat ini, pertarungan antar perusahaan semakin menegangkan khususnya pada perusahaan jasa yang selalu menghadapi tantangan dan perkembangan atas sebuah pertumbuhan ekonomi, perkembangan teknologi informasi yang akan membawa banyak manfaat baik bagi bidang apapun. Salah satunya adalah bidang bisnis yang kita jalankan. Perkembangan perusahaan jasa merupakan ciri khas secara eksponensial yang akan membawa perubahan secara cepat baik dalam cara ataupun gaya hidup setiap individu. Dalam mempertahankan perkembangan perusahaan jasa sangat memerlukan adanya kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan di perngaruhi oleh beberpa faktor yaitu faktor kualitas pelayanan dan kualitas promosi.

PT Panca Daya Sukses merupakan sebuah perusahaan pelayanan jasa service AC pada hotel, mall, apertemen, cafe, toko, ruko, fitness center, sekolah, perusahaan-perusahaan dan perumahan mewah yang ada dibatam. Jadi, PT Panca Daya Sukses memiliki cara kerja yang baik sehingga mendapatkan sebuah Kualitas Pelayanan dari pelanggan. PT Panca Daya Sukses didirikan oleh Bapak Santoso. Dengan memiliki pelanggan sebanyak 148 pelanggan.

Berdasarkan hasil pemantauan di lapangan tingkat Kualitas Pelayanan dan Kualitas Promosi pada PT Panca Daya Sukses dapat dikatakan rendah. Tentunya akan mengakibatkan penurunan pada tingkat kepuasan pelanggan. Menurut (Lubis & Andayani, 2017:234) Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kualitas Pelayanan pelanggan pada PT Panca Daya Sukses dikatakan rendah karena seperti adanya keluhan pada kualitas pelayanan yang sering terjadi seperti tanggung jawab atas service yang di berikan, tingkat profesionalisme yang diberikan kepada pelanggan, keakuratan hasil service yang di berikan, tanggapan perusahaan terhadap masalah pelanggan masih kurang dan kurangnya perhatian untuk pelanggan.

Selain dari faktor Kualitas Pelayanan yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, masih terdapat faktor lain seperti Kualitas Promosi. Menurut (Putri, 2017:4) mengatakan bahwa promosi merupakan suatu strategi pemasaran yang bertujuan menginformasikan, mengingatkan, membujuk pelanggan atas produk yang diberikan perusahaan kepada pelanggan Berdasarkan hasil pemantauan lapangan, Kualitas Promosi pada PT Panca Daya Sukses dapat dikatakan rendah karena di pengaruhi oleh pelanggan selalu mengeluh bahwa kualitas promosi yang dikeluarkan kurang menarik, promosi yang diberikan merasa kurang ikhlas karena promosi yang diberikan kecil, waktu pemberian promosi juga kurang pas dan hal lainnya. Tentunya akan sangat membawa pengaruh terdapat tingkat kepuasan pelanggan di PT Panca Daya Sukses . Pada tabel dibawah ini menjelaskan data kepuasan pelayan yang di berikan PT Panca Daya Sukses terhadap pelanggan yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Data Kepuasan Pelayanan Pelanggan Pada PT Panca Daya Sukses

Tahun	Jumlah Pelanggan	Tingkat Pelayanan					
		Puas		Cukup		Kurang Puas	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
2015	213	133	62.4%	50	23.5%	30	14.1%
2016	198	80	40.4%	78	39.4%	40	20.2%
2017	180	50	27.8%	62	34.4%	68	37.8%
2018	148	38	25.7%	60	40.5%	50	33.8%

Pada tabel 1. bisa kita lihat bahwa tingkat kepuasan pelanggan sangat rendah, karena pelanggan selalu mengeluh kualitas pelayanan yang kurang bagus sehingga mengakibatkan jumlah pelanggan menurun tiap tahunnya dan tingkat ketidakpuasan pelanggan meningkat tiap tahun. Pada tahun 2016-2017 tingkat ketidakpuasan pelanggan terjadi peningkatan paling tinggi dari 20,2% menjadi 37,8%. Peningkatan tersebut dapat dikatakan tinggi, maka dari itu perusahaan seharusnya menanggapi masalah-masalah yang sedang terjadi dan menyelesaikannya sesuai masalah yang ada. Tentunya jika masalah tersebut tidak ditangani maka akan mengakibatkan hal yang fatal seperti jumlah pelanggan semakin sedikit dan tentunya akan merugikan perusahaan untuk jangka panjang. Masalah diatas merupakan masalah-masalah yang terjadi di PT Panca Daya Sukses yang akan memengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut (Cristo, Saerang, & Worang, 2017) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah sejauh mana tanggapan produk atau layanan memenuhi harapan pembeli. Pelanggan PT Panca Daya Sukses , mengalami keluhan ketidakpuasan atas pembelanjaannya. Keluhan yang ada berupa

Pelanggan mengeluh bahwa kurangnya Kualitas Promosi, kurangnya Kualitas Pelayanan dan kurangnya minat beli

Berdasarkan latar belakang dari penelitian ini, maka penulis memiliki minat untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Panca Daya Sukses di Kota Batam.

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Panca Daya Sukses.
2. Untuk mengetahui kualitas promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Panca Daya Sukses.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kualitas promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Panca Daya Sukses.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Berdasarkan teori dari Tjiptono (Putri, 2017:7) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tentunya tingkat keunggulan tersebut akan di pengaruhi dari keinginan dan harapan pelanggan terhadap perusahaan tersebut.

Kualitas Promosi

Berdasarkan teori Sunyoto (Adriani & Realize, 2018:170) mengatakan Promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

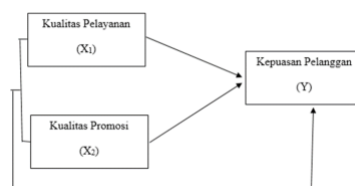
Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan (Kotler & Armstrong, 2017:181) Kepuasan pelanggan merupakan suatu pandangan pelanggan terhadap produk baik itu perasaan puas dan kecewa terhadap produk tersebut.

Penelitian Terdahulu

Suatu penelitian memiliki dasar dari penelitian sebelumnya yang pernah di teliti. Agar bisa menjadi pedoman dan acuan untuk peneliti selanjutnya dalam meneliti. Penelitian terdahulu yang terdapat pada penelitian ini adalah:

1. (Dewa, 2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta)” Dari hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan promosi penjualan. Kualitas pelayanan dan promosi berengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. (Rasmansyah, 2017) dengan judul “The effect of service quality and promotion to customer satisfaction and implication of customer loyalty in vehicle financing company in Jakarta Indonesia” There is a significant simultaneous influence between service quality and promotion on loyalty through customer satisfaction in Adira Finance, where F count is greater than F table ($18,759 > 2,70$) with significance $0.000b < 0,05$.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Data Penelitian 2019

Hipotesis

Berdasarkan teori (Sugiyono, 2016:221) Hipotesis merupakan suatu tanggapan yang bersifat temporer terhadap rumusan masalah penelitian:

- H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Panca Daya Sukses.
 H2: Kualitas Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan pada PT Panca Daya Sukses.
 H3: Kualitas Pelayanan dan Kualitas Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Panca Daya Sukses.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Berdasarkan teori (Sugiyono, 2016:16) menyatakan desain penelitian adalah suatu bentuk desain yang direncanakan yang ada pada penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan jawaban terhadap deskripsi penelitian. Rencana ini adalah program penelitian yang komprehensif. Pada Penelitian ini memakai desain penelitian asosiasi yang dirancang untuk menentukan pengaruh antara dua variabel atau lebih.

Populasi dan Sampel

Berdasarkan teori dari (Sugiyono, 2016:39) Populasi merupakan kawasan yang terdiri dari objek atau subjek yang terpilih dengan keunggulan tertentu sehingga penulis mengambil dan menetapkannya sebagai populasi yang diteliti pada penelitian ini. Penelitian ini menentukan untuk memakai seluruh pelanggan PT Panca Daya Sukses yang berjumlah 148 pelanggan sebagai populasinya.

Berdasarkan teori dari (Sugiyono, 2016:40) mengatakan bahwa sampel merupakan beberapa persentase dari seluruh populasi yang ditetapkan. Sampel adalah bagian dari perwakilan populasi yang ditetapkan. Pada penelitian ini menggunakan sampel jenuh. Sampel jenuh yaitu sampel yang ditetapkan sesuai dengan jumlah populasi yang ada. Jadi sampel yang ditentukan berupa 148 pelanggan.

Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan teori dari (Sanusi, 2014:105) teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Kuesioner
2. Wawancara
3. Observasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat 148 Pelanggan PT Panca Daya Sukses yang digunakan sebagai poulasi pada penelitian ini. Sampel jenuh merupakan jenis sampe yang digunakan dalam proses mengolahan data dan data di olah melalui program SPSS versi 21 sehingga mendapatkan suatu hasil pada tabel berikut ini:

Uji Validitas

Berdasarkan teori (Sugiyono, 2017:183)dalam menguji uji validitas menggunakan sampel pengujian sekitar 30 orang. Hasil uji diperoleh yaitu :

Tabel 2. Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

No	Pernyataan	Nilai Pearson	r tabel	Keterangan
		Correlation		
1	X1.1	0.777	0.3610	Valid
2	X1.2	0.543		Valid
3	X1.3	0.792		Valid
4	X1.4	0.778		Valid
5	X1.5	0.626		Valid

Tabel 3. Variabel Kualitas Promosi (X₂)

No	Pernyataan	Nilai Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
1	X2.1	0.819		Valid
2	X2.2	0.800		Valid
3	X2.3	0.890	0.3610	Valid
4	X2.4	0.837		Valid
5	X2.5	0.824		Valid

Tabel 4. Variabel Kepuasan Pelanggan(Y)

No	Pernyataan	Nilai Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
1	Y.1	0.706		Valid
2	Y.2	0.817		Valid
3	Y.3	0.638	0.3610	Valid
4	Y.4	0.853		Valid
5	Y.5	0.859		Valid

Dari tabel di atas, bisa dinyatakan bahwa seluruh hasil tabel $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,3610 dan dapat di ambil kesimpulan dimana seluruh data pada tiap variabel dinyatakan val

Uji Realibilitas

Uji ini digunakan pada penelitian ini bermaksud untuk mengetahui apakah data yang diolah sudah di nyatakan realibel atau belum. Uji ini menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk mengukur suatu gejala dengan hasil yang sama tetapi pada waktu yang berbeda (Sanusi, 2014:80) Ukuran yang dinyatakan realibel jika nilai *cronbachs alpha* > 0.6. Uji realibilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

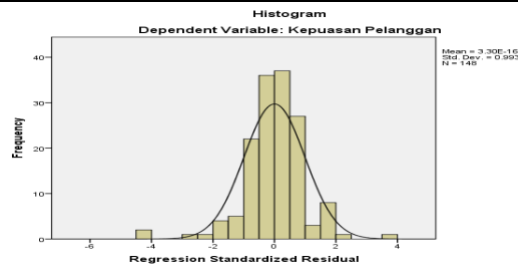
Tabel 5. Hasil Uji Realibilitas Data

Pernyataan	Hasil Cronbach's Alpha	Hasil r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.827		Reliabel
Kualitas Promosi	0.889	0.60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.838		Reliabel

Syarat pada uji Reliabilitas jika ingin dikatakan reliabel, maka hasil Cronbach's Alpha harus lebih besar dari 0,60. Dari hasil pengolahan data yang dimiliki nilai *Cronbach's Alpha* tiap variabel 0,827, 0,889 dan 0,838 semuanya lebih besar dari 0,60, maka dari itu semua hasil pengujian dikatakan reliabel.

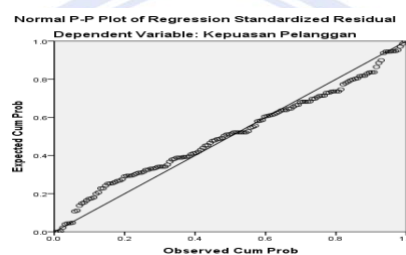
Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan pada suatu penelitian bermaksud untuk mengetahui tingkat kenormalan data yang digunakan untuk diolah. Uji normalitas berdasarkan uji histogram, yaitu:



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Data dengan Histogram

Uji normalitas yang ada di Gambar 1, Uji histogram dinyatakan normal apabila data menyebar ke kiri dan kanan sehingga membentuk gambar lonceng. Pada gambar 1 diatas, data didistribusikan normal karena data menyebar sehingga membentuk gambar lonceng. Terdapat cara lain dalam neguji uji normalitas ini yaitu melalui uji PP Plot. Hasil dari pengolahan yaitu sebagai berikut:



Gambar 2 . Hasil Uji Normalitas Data dengan Normal P-P Plot

Pada Gambar 2 Pada gambar diatas merupakan uji *pp plot*, uji tersebut di distribusikan normal apabila titik-titik data menyebar mengikuti arah garis diagonal dan menyebar mendekati daerah di sekitar garis diagonal. Pada gambar 2 grafik *pp plot* dinyatakan berasumsi normal karena sudah sesuai dengan kriteria yang ada. Selain dari uji ini, terdapat uji *kolmogrov-smirnov* agar memperkuat hasil uji normalitas yang elah diuji. Uji tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov

		Unstandardized Residual
N		148
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.53693253
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.074
	Negative	-.102
KolmogorovSmirnov Z		1.240
Asymp. Sig. (2-tailed)		.092

Pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai residual memiliki sebaran data yang normal dengan nilai sig >0,05. Hasil dari pengolahan data dinyatakan normal karena nilai sig yang adalah 0,092 sudah lebih besar dari 0.05.

Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas ini dilakukan bermaksud untuk menguji dan mendeteksi apakah terdapat gejala multikolineritas pada persamaan yang di bentuk. Terdapat cara dalam mendeteksi gejala tersebut dengan melalui tools yang berupa alat. Alat tersebut sering disebut sebagai Variance Inflation Factor dengan singkatan berupa VIF.

Suatu penelitian di nyatakan baik apabila tidak mengalami gejala multikolinearitas. apabila nilai Variance Infation Factor (VIF) < 10 maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas. (Sanusi, 2014:135). Hasil dari uji multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Multikolineritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1		
Kualitas Pelayanan	.171	5.860
Kualitas Promosi	.171	5.860

Hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa VIF untuk variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Kualitas Promosi < 10. Nilai VIF untuk variabel Kualitas Pelayanan 5,860 dan variabel Kualitas Promosi 5,860. Nilai tolerance untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,171 dan variabel Kualitas Promosi sebesar 0,171 > 0,10. Maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dirancang agar dapat mengevaluasi apakah adanya kesepakatan perbedaan antara nilai estimasi dengan nilai Y. Uji heteroskedastisitas ini digunakan berpasangan antar variabel terikat dan variabel bebas. Jadi jika terjadi heteroskedastisitas maka data dapat dinyatakan tidak akurat (Sanusi, 2014:135).

Uji Heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std Error	Beta		
(Constant)	.921	.334		2.758	.007
1					
Kualitas Pelayanan	-.015	.058	-.049	-.252	.801
Kualitas Promosi	.081	.055	.288	.141	.142

Jika nilai sig > 0,05 maka dapat dinyatakan tidak terjadi gejala heteroedatisitas. Dari hasil pengolahan diatas dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heterokedatisitas karena nilai sig Kualitas Pelayanan (X1) bernilai 0,801 dan Kualitas Promosi (X2) bernilai 0,142. Kedua variabel memiliki nilai sig yang >0.05.

Uji Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linear berganda ini bermaksud untuk hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Promosi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji dapat dilihat pada tabel 4.17 dibawah ini:

Tabel 9. Hasil Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.490	.483		7.227	.000
Kualitas Pelayanan	.294	.084	.332	3.516	.001
Kualitas Promosi	.479	.079	.570	6.034	.000

Dari tabel 9, hasil pengolahan data di input pada persamaan yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana,

$$Y = 3,490 + 0,294X_1 + 0,479X_2$$

Keterangan.

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Kualitas Promosi

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = Nilai koefisien regresi

$a = 3,490$ bermaksud perubahan pada Kualitas Pelayanan dan Kualitas Promosi maka nilai kepuasan pelanggan yaitu 3,490 sebagai nilai konstan untuk variabel terikat.

$b_1 = 0,294$ bermaksud Kualitas Pelayanan akan membawa pengaruh terhadap Kualitas Promosi sebesar 0,294. dan koefisien variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai positif dengan arti terdapat hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan.

$b_2 = 0,479$ bermaksud Kualitas Promosi akan membawa pengaruh Kualitas Pelayanan yaitu 0,479 dan koefisien variabel Kualitas Promosi memiliki nilai positif dengan arti terdapat hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 memiliki tujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel independent secara bersamaan membawa pengaruh terhadap variabel dependent dalam bentuk persentase. Hasil koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.779	.776	2.55437

Pada tabel diatas, hasil dari R^2 nya adalah 0,779. Ini berarti persentase variabel kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Promosi terdapat 77,6% dan sisanya sebanyak 22,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Uji t

Uji t ini bermaksud untuk memberikan bukti atas hipotesis. Sebelum melakukan uji ini, data sudah harus dinyatakan normal. Pengujian hipotesis diuji dengan membandingkan antara thitung dengan ttabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 11. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	3.490	.483		7.227	.000
Kualitas Pelayanan	.294	.084	.332	3.516	.001
Kualitas Promosi	.479	.079	.570	6.034	.000

Berdasarkan table 11 dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai t_{hitung} pada variabel Kualitas Pelayanan 3,516 > t_{tabel} 1,97646 atau nilai sig t 0,001 < 0,05. Dengan pernyataan diatas dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima untuk variabel Kualitas Pelayanan, dengan demikian maka secara parsial variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Panca Daya Sukses.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Promosi 6,034 > t_{tabel} 1,97646 atau nilai sig t 0,000 < 0,05. Dengan pernyataan diatas dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima untuk variabel Kualitas Promosi, dengan demikian maka secara parsial variabel Kualitas Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Panca Daya Sukses.

Uji F

Uji F pada penelitian ini bermaksud untuk menguji hipotesis dengan menggunakan statistik F. Terdapat syarat-syarat dalam pengambilan keputusan yaitu jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_3 diterima dan H_0 ditolak sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_3 ditolak dan H_0 diterima:

Tabel 12. Hasil Uji F

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3342.147	2	1671.074	256.111	.000 ^b
	Residual	946.096	145	6.525		
	Total	4288.243	147			

Berdasarkan table 12 dapat dilihat bahwa bisa dilihat bahwa $F_{hitung} = 256,111$ dan $F_{tabel} = 3,06$ maka dari itu $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan adalah $0,00 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan di terimanya H_3 maka variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Promosi (X_2) mampu menjelaskan keragaman dari variabel kepuasan pelanggan (Y). Dalam hal ini variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Promosi secara bersamaan berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan di PT Panca Daya Sukses.

KESIMPULAN

Dari seluruh pengolahan data yang dilakukan di atas maka dapat di ambil kesimpulan dan saran dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Panca Daya Sukses”. Kesimpulan yang bisa diambil adalah:

1. Nilai t_{hitung} pada variabel Kualitas Pelayanan $3,516 > t_{tabel} 1,97646$ atau nilai sig $t 0,001 < 0,05$. Dengan pernyataan diatas dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima untuk variabel Kualitas Pelayanan, dengan demikian maka secara parsial variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Panca Daya Sukses.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Promosi $6,034 > t_{tabel} 1,97646$ atau nilai sig $t 0,000 < 0,05$. Dengan pernyataan diatas dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima untuk variabel Kualitas Promosi, dengan demikian maka secara parsial variabel Kualitas Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Panca Daya Sukses
3. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Promosi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dinyatakan seperti ini karena nilai $F_{hitung} 256,111 > F_{tabel} 3,06$ dan nilai sig sebesar $0,000 < \alpha 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, V., dan Realize. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT . Stainlessindo Anugrah Karya Di Kota Batam. *Jurnal Pundi*, 02, 169–180. <https://doi.org/10.31575/jp.v2i2.78>
- Cristo, M., Saerang, D., dan Worang, F. 2017. *The influence of price, service quality, and physical environment on customer satisfaction. case study markobar cafe mando*. *Jurnal Emba*, 5(2), 678–686.
- Dewa, C. B. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta), XVI(1), 1–6.
- Karamoy, H., & Tulung, J. E. (2020). The Effect Of Financial Performance And Corporate Governance To Stock Price In Non-Bank Financial Industry. *Corporate Ownership & Control*, 17(2), 97-103.

Kotler, P., dan Armstrong, G. 2017. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga, Jakarta.

Lubis, A. S., dan Andayani, N. R. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT . Sucofindo. *Journal Of Business Administration*, 1(2), 232–243.

Mojambo, G. A., Tulung, J. E., & Saerang, R. T. (2020). The Influence Of Top Management Team (TMT) Characteristics Toward Indonesian Banks Financial Performance During The Digital Era (2014-2018). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 7(1).

Putri, I Gusti Agung Ayu Putu Aristiani Wibawa. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Guber Gadget Pocanan Di Kota Kediri, 01(10).

Rasmansyah. 2017. *The Effect Of Service Quality And Promotion To Customer Satisfaction And Implication Of Customer Loyalty In Vehicle Financing Company In Jakarta Indonesia*. *International Journal Of Advanced Scientific Research*, 2(6), 22–30

Sanusi, A. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian*. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian dan Pengembangan*. (S. Suryandari, Ed.) (Edisi 3). Alfabeta, Bandung.

