

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan

PT. Gedung YKP-BE salah satu anak perusahaan dari Yayasan Dana Tunjangan Hari Tua dan Kesejahteraan Bank Ekspor Impor Indonesia (YDTHT&K *Bank Exim*), didirikan berdasarkan akta No.105 tanggal 30 Mei 1996 yang dibuat oleh Notaris Raharti Sudjardjati SH di Jakarta, terdaftar di Pengadilan Negeri Jakarta Barat dengan No.19/1997 tanggal 5 Maret 1997 serta telah diumumkan dalam Berita Negara RI No.57 tanggal 18 Juli 1997 Tambahan No.79.

Sehubungan dengan adanya akta perubahan maka Yayasan sudah tidak mengelola dana THT maka dilakukan perubahan namanya menjadi Yayasan Kesejahteraan Pensiunan *Bank Exim* (YKP *BankExim*) berdasarkan perubahan terakhir akta No. 25 tanggal 21 Juni 2013 yang dibuat oleh Notaris Heriati Zuraida SH di Jakarta. Pada tanggal 1 April tahun 2014 didirikan PT. Gedung YKP-BE di Surabaya oleh Bapak OC Harry Pudjiatmoko yang sampai saat ini berperan aktif sebagai komisaris utama, PT. Gedung YKP-BE merupakan salah satu perusahaan swasta nasional yang bergerak di bidang pengelolaan gedung.

Bidang usaha yang digeluti adalah jasa properti manajemen, Jasa konstruksi dan jasa residensial, pengelolaan air limbah gedung, penyewaan ruang kantor dan sumber daya manusia, PT. Gedung YKP-BE menyediakan fasilitas pelayanan (Teknisi, petugas kebersihan, keamanan, parkir dll). PT. Gedung YKP-BE bisa



dikatakan sebagai B2B atau *Business to Business* karena suatu kegiatan transaksi bisnis yang melibatkan dua perusahaan atau lebih. Transaksi B2B biasanya terjadi karena suatu perusahaan membutuhkan barang atau jasa dari perusahaan lain untuk mendukung kegiatan operasional bisnis. Perusahaan ini didukung oleh tenaga yang handal, profesional dan berpengalaman di bidang usahanya, mampu memenuhi kebutuhan pelanggan untuk meningkatkan kinerja secara efektif dan efisien dengan sasaran untuk lebih meningkatkan *business oportunity* yang sedang dan akan dijlankan pelanggan.

a. Visi dan Misi Perusahaan

1) Visi PT. Gedung YKP-BE

Menjadi perusahaan kontruksi dan manajemen properti terkemukakan dan terpercaya.

2) Misi PT. Gedung YKP-BE

1) Memberikan jasa kontraktor dan manajemen properti yang berkualitas.

2) Membangun usaha sesuai dinamika pasar.

3) Meningkatkan kinerja perusahaan untuk memenuhi kebutuhan *stakeholder*.

2. Struktur Organisasi PT. GEDUNG YKP-BE

Di suatu perusahaan pasti akan membutuhkan struktur organisasi. Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau kegiatan perusahaan dalam menjalankan kegiatan

operasional untuk mencapai tujuan. Adapun struktur organisasi PT. GEDUNG YKP-BE terdiri dari :

a. Komisaris

Komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada Direksi yang ada di PT. GEDUNG YKP-BE. Komisaris memiliki tugas fiduciary untuk bertindak demi kepentingan terbaik PT. GEDUNG YKP-BE, dan menghindari semua bentuk benturan kepentingan pribadi. Pengangkatan dan pemberhentian, tugas dan wewenang, serta hak dan kewajiban komisaris serta hal-hal lain yang bertalian dengan Komisaris diatur dalam Anggaran Dasar perusahaan PT. GEDUNG YKP-BE serta ketentuan-ketentuan lain berdasarkan *best practices* tata kelola bisnis. Komisaris posisi yang mewakili pemegang saham dalam sebuah perseroan terbatas.

b. Dewan Direksi

Direksi bertugas menjalankan segala tindakan yang berkaitan dengan pengurusan PT. GEDUNG YKP-BE untuk kepentingan PT. GEDUNG YKP-BE dan sesuai dengan maksud dan tujuan PT. GEDUNG YKP-BE serta mewakili PT. GEDUNG YKP-BE baik di dalam maupun di luar Pengadilan tentang segala hal dan segala kejadian dengan pembatasan- pembatasan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan, Anggaran Dasar dan/atau Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham PT. GEDUNG YKP-BE

c. Divisi HR (*Human resource*)

Divisi ini fokus kepada pengurusan individu di dalamnya, dalam hal ini berkaitan dengan SDM, mulai dari perekrutan, kebutuhan, administrasi, kewajiban dan haknya semua harus dikelola dan dipenuhi, tidak hanya itu divisi HR juga wajib memfasilitasi kegiatan yang tujuannya untuk mengembangkan keterampilan dari karir karyawan, seperti training skill.

d. *Accounting & finance*

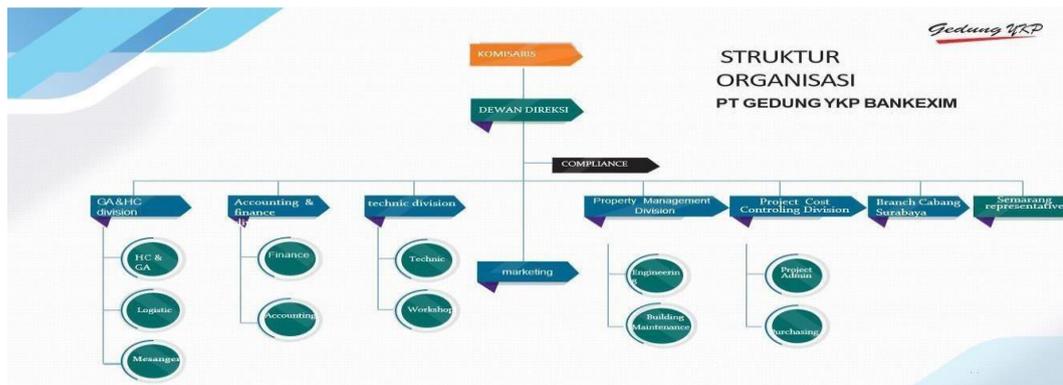
Peran staff keuangan adalah memeriksa dan melakukan verifikasi transaksi keuangan perusahaan, melakukan pencatatan dan dokumentasi, serta bertugas menyusun laporan keuangan secara akurat.

e. Staff Administrasi

Mengumpulkan dan menyusun dokumen, melakukan kegiatan penerimaan barang masuk dari distributor, dan melakukan penginputan barang masuk sesuai faktur.

f. Property Management Division

Di antara fungsi property manajement divisio di PT. GEDUNG YKP-BE ada membuat perencanaan manajemen, membuat suatu anggaran kerja dari properti tersebut, memamerkan dan menyewakan ruangan.



Gambar Struktur Organisasi Pt. Gedung Ykp-Be

3. Susunan Pengurus PT. GEDUNG YKP-BE

- a. Komisaris Utama : OC Harry Pudjiatmoko
- b. Komisaris : Haryanto
- c. Direktur Utama : YMV Kristianto
- d. Direktur : Supriyanto

4. Daftar Tenaga Ahli

Tabel Daftar Tenaga Ahli

NO	NAMA	JABATAN	PENDIDIKAN TERAKHIR	PENGALAMAN KERJA	KEAHLIAN
1	YMV Kristianto	Direktur Utama	S1	30 tahun	Sipil Struktur Project Manager
2	Supriyanto	Direktur	S1	45 tahun	Perbankan Keuangan
3	Bahtiar Nurul Hudha	Tenaga Ahli Sipil	S1	15 tahun	Sipil, Struktur Estimator
4	Ari Rahmanto	Tenaga Ahli Sipil Drafter	S1	9 tahun	Sipil Drafter
5	Rusdi	Tenaga Ahli Sipil	S1	10 tahun	Sipil Struktur Site Manager
6	Darmaji	Logistik Dan Warehouse	SMA	5 tahun	Admin Warehouse Logistik Gudang
7	Hendra Rosa	Tenaga Ahli Mekanikal Elektrikal	SMA	8 tahun	Mekanikal Elektrikal
8	Muchlis Adiputra	Admin Project Dan Purchasing	S1	8 tahun	Administrasi Keuangan Pembelian Pengadaan

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan karakteristik usia ,41 responden pelanggan pengguna jasa PT. Gedung YKP-BE kota Surabaya disajikan dalam tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>35	7	17,1	17,1	17,1
	<35	34	82,9	82,9	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer, diolah SPSS 25

Berdasarkan data deskriptif dari tabel 4.1 diketahui bahwa:

- a. Persentase responden pelanggan pengguna jasa yang memiliki usia > 35 sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 17,1%
- b. Persentase responden pelanggan pengguna jasa yang memiliki usia <35 sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 82,9%.

Sehingga berdasarkan penjelasan diatas yang mendominasi dalam penelitian ini adalah usia <35 tahun yang menempati persentase tertinggi yaitu 82,9% karna kebanyakan pelanggan dari pengguna jasa PT.Gedung YKP yaitu para pembisnis yang berusia muda.

2) Karakteristik Respoden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden, dari 41 yang menjadi responden pelanggan pengguna jasa PT.Gedung YKP-BE akan disajikan dalam tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2

		jenis kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	17	41,5	41,5	41,5
	perempuan	24	58,5	58,5	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Sumber : data primer, diolah spss 25

Berdasarkan data deskriptif dari tabel 4.2 diketahui bahwa:

- a. Persentase responden pelanggan pengguna jasa yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 17 orang dengan persentase sebesar 41,5%
- b. Persentase responden pelanggan pengguna jasa yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 24orang dengan persentase sebesar 58,5%.

Sehingga berdasarkan penjelasan diatas yang mendominasi dalam penelitian ini

adalah responden perempuan pelanggan pengguna jasa PT.Gedung YKP-BE berjenis kelamin perempuan berjumlah 24 dengan persentase 58,5% dari pada pelanggan berjenis kelamin laki-laki, terbukti bahwa perempuan dan laki-laki memiliki posisi yang sama bisa memimpin perusahaan.

3) uji asumsi klasik

a. uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model dalam regresi variabel terikat dengan variabel bebas, keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cara mengetahui terlebih dahulu angka probabilitasnya, sebagai berikut :

- 1) Jika Probabilitas lebih dari $> 0,10$ maka distribusi dari model regresi adalah normal
- 2) Jika Probabilitasnya kurang dari $< 0,10$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

Tabel 4.3

uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		41
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,74110007
Most Extreme Differences	Absolute	,148
	Positive	,148
	Negative	-,072
Test Statistic		,148

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.3 diketahui bahwa nilai signifikansi $0,240 > 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi antara variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Sebagai model regresi yang baik, seharusnya tidak sampai terjadi korelasi antara variabel bebas. Apabila terbukti terdapat ada multikolinearitas, maka sebaiknya salah satu diantara variabel bebas tersebut dikeluarkan dari model lalu dapat melakukan pembuatan model regresi yang lain atau di ulang kembali.

Saat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas, maka dapat diperhatikan pada besaran Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerancei. Semua itu memiliki pedoman seperti mempunyai angka Tolerance mendekati 1, dan batas VIF adalah 10. Apabila nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas. Berikut merupakan tabel dari hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini :

Tabel 4.4

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	4,768	3,272		1,457	,154		
KUALITAS_PELAYANAN	,106	,055	,180	1,919	,063	,803	1,245
HARGA	,389	,092	,441	4,244	,000	,657	1,522
PROMOSI	,590	,149	,421	3,965	,000	,629	1,591

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Sumber : Data Primer, diolah SPSS 25

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data tidak terjadi gejala multikolinieritas dikarenakan tiga variabel memiliki nilai tolerance lebih besar dari 10% dan nilai VIF ketiganya kurang dari 10, hal ini menandakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokestadisitas

Pada uji heterokestadisitas ini, dapat digunakan untuk menguji model regresi terjadi ketidaksamaan varian atau tidak dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Adapun dasar pengambilan keputusan untuk menentukan uji heterokestadisitas yaitu dengan menggunakan Uji Glejser, sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar > dari 0,10, maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heterokestadisitas pada model regresi penelitian ini
2. Jika ditemukan nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil < dari pada 0,10, maka dapat dikatakan terjadi indikasi heterokestadisitas dalam model regresi penelitian ini.

Tabel.4.5

Heterokestadisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	,148	2,129		,070	,945
	KUALITAS PELAYANAN	-,004	,036	-,021	-,118	,907
	HARGA	-,050	,060	-,167	-,843	,404
	PROMOSI	,133	,097	,277	1,373	,178

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data Primer, diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil uji heterokestadisitas pada tabel 4.5 diatas, maka dapat diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel X1 adalah 0,907, dan X2 adalah

0,404, sementara nilai signifikansi dari variabel X3 adalah 0,178, dapat ditarik kesimpulan dari nilai signifikansi ketiga variabel lebih besar dari pada 0,10 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan pada uji glejser terindikasi bahwa tidak terjadi gejala heterokestadisitas dalam model regresi penelitian ini.

C. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinan Berganda ()

Koefisien determinasi berganda diukur bertujuan untuk mengetahui besar korelasi dan hubungan variabel dari model regresi pada penelitian dan mengukur tentang dekat atau jauhnya jarak garis regresi yang diestimasi terhadap data yang sebenarnya. Semua ini dapat dilihat melalui koefisien R dan R². Hasil dari pengukuran koefisien korelasi berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6

Regresi Determinan Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,859 ^a	,737	,716	2,85006

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, KUALITAS_PELAYANAN, HARGA
Sumber : Data Primer, diolah SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 4.6 diatas, hasil uji regresi determinan berganda nilai koefisien menunjukkan R square sebesar 0,737 atau 73,7%, hal ini bisa ditarik kesimpulan bahwa hubungan korelasi antara variabel independent dengan variabel dependen adalah kuat dikarenakan nilai R lebih dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa memiliki korelasi yang kuat. Dari perhitungan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25, hasil uji koefisien korelasi (R) antara variabel X dengan variabel Y didapatkan nilai 0,737, sedangkan variabel independent mampu

menyatakan variabel dependen sebesar 73,7% sedangkan 26,3% sisanya penjelasan yang tidak dimasukkan dalam model ini atau dengan kata lain tidak diteliti.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada analisis ini, digunakan untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel yang terikat adalah pada tabel berikut :

Tabel 4.7

Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,768	3,272		1,457	,154
	KUALITAS_PELAYANAN	,106	,055	,180	1,919	,063
	HARGA	,389	,092	,441	4,244	,000
	PROMOSI	,590	,149	,421	3,965	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Data Primer, diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menyatakan bahwa analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 4,768 + 0,106 X_1 - 0,389 X_2 - 0,590 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : (Kepuasan pelanggan) Variabel Dependen

X₁ : (Kualitas Pelayanan) Variabel Independen

X₂ : (Harga) Variabel Independen

X₃ : (Promosi) Variabel Independen

e : Error / Variabel Pengganggu

- 1) Nilai konstan Y sebesar 4,768, yang berarti jika variabel X_1, X_2 dan X_3 bernilai 0 (nol), maka nilai variabel Y akan berada pada angka 4,768
- 2) Koefisien regresi X_1 dari perhitungan nilai berganda dihasilkan nilai koefisien yaitu 0,106, hal ini berarti jika X_1 mengalami kenaikan sebesar 10,6% maka Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,106, dilain sisi dikarenakan koefisiennya bernilai positif maka terdapat arah hubungan yang linear atau searah antara X_1 dan Y.
- 3) Koefisien regresi X_2 , ditemukan perhitungan nilai berganda didapatkan nilai koefisien sebesar 0,389 yang mempunyai arti bahwa jika X_2 mengalami kenaikan sebesar 38,9% maka volume Y akan mengalami kenaikan yang bernilai 0,389, dikarenakan koefisiennya bernilai positif maka terdapat arah hubungan yang searah antara X_2 dengan Y.
- 4) Koefisien regresi X_3 , ditemukan perhitungan nilai berganda didapatkan nilai koefisien sebesar 0,590 yang mempunyai arti bahwa jika X_3 mengalami kenaikan sebesar 59,0% maka volume Y akan mengalami kenaikan yang bernilai 0,590, dikarenakan koefisiennya bernilai positif maka terdapat arah hubungan yang searah antara X_3 dengan Y.

i. Uji t (Parsial)

Uji t adalah pengujian yang bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent dengan variabel dependen dalam menganggap variabel independent lainnya konstan. pada kareteria pengujian t dilakukan pada tingkat $\alpha = 10\%$ dilakukan dengan menghitung nilai $dk = n-k$, dimana nilai $n = 41$

sedangkan $k = 3$ sehingga $dk = 41 - 3 = 38$, sementara itu nilai dari 38 adalah sebesar 1,685, berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10

UJI t						
Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,768	3,272		1,457	,154
	KUALITAS_PELAYANAN	,106	,055	,180	1,919	,063
	HARGA	,389	,092	,441	4,244	,000
	PROMOSI	,590	,149	,421	3,965	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Data Primer, diolah SPSS 25

a. Pengujian Hipotesis 1 : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel hasil SPSS diatas, diketahui bahwa nilai t hitung variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 1,919, dikarenakan nilai t hitung $1,919 > t$ tabel 1,685, berdasarkan tabel hasil SPSS koefisien diatas diketahui nilai signifikan (sig.) variabel kualitas pelayanan (X_1) yaitu sebesar 0,063 , dikarenakan nilai sig. $0,063 < \text{probabilitas } 0,10$ maka hipotesis (H_1) diterima dengan kata lain, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

b. Pengujian Hipotesis 2 : Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel hasil SPSS diatas, diketahui bahwa nilai t hitung variabel harga adalah sebesar 4,244, dikarenakan nilai t hitung $4,244 > t$ tabel 1,685, berdasarkan tabel hasil SPSS koefisien diatas diketahui nilai signifikan (sig.) variabel harga (X_2) yaitu sebesar 0,000 , dikarenakan nilai sig. $0,000 < \text{probabilitas}$

0,10 maka hipotesis (H2) diterima, dengan kata lain, harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

c. Pengujian Hipotesis 3 : Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel hasil SPSS diatas, diketahui bahwa nilai t hitung variabel promosi adalah sebesar 3,965, dikarenakan nilai t hitung $3,965 > t$ tabel 1,685, berdasarkan tabel hasil SPSS koefisien diatas diketahui nilai signifikan (sig.) variabel promosi (X3) yaitu sebesar 0,000 , dikarenakan nilai sig. $0,000 <$ probabilitas 0,10 maka hipotesis (H3) diterima, dengan kata lain, promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

4. Uji f (Simultan)

Pada tahap pengujian uji f atau uji secara bersama-sama, uji ini bertujuan untuk melihat hubungan yang terdapat antara variabel X secara bersama terhadap Y. Adapun dua cara melakukan pengujian uji f yaitu dengan cara membandingkan nilai taraf Sig. dengan hasil perhitungan taraf signifikan $< 0,10$, dan dengan cara membandingkan besarnya nilai f penelitian dengan f tabel.

Berikut ini merupakan prosedur pengujian yang dapat digunakan dalam uji kelayakan model adalah sebagai berikut :

- a. Ditentukan taraf sebesar 0,10
- b. Kriteria pengujian :
 - 1) Apabila nilai signifikan $f \geq 0,10$ menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, dengan kata lain model seperti ini dinyatakan tidak layak untuk digunakan

- 2) Apabila nilai signifikan $F \leq 0,10$ menunjukkan bahwa variabel independent secara bersama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dengan kata lain model seperti ini dinyatakan layak untuk digunakan. .

Hasil uji F model regresi disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.11

Uji f (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	843,406	3	281,135	34,610	,000 ^b
Residual	300,545	37	8,123		
Total	1143,951	40			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), PROMOSI, KUALITAS_PELAYANAN, HARGA

Sumber : Data Primer, diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil tabel 4.11 SPSS diatas, dapat diketahui nilai Sig memiliki nilai 0,000, dikarenakan nilai Sig. $0,000 < 0,10$, maka sesuai dengan dasar-dasar pengambilan keputusan yang terdapat dalam uji f ini dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima atau dengan arti lain kualitas pelayanan, harga dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil tabel keluaran SPSS diatas, dapat diketahui bahwa nilai f hitung adalah sebesar 34,610, dikarenakan nilai f hitung $34,610 > f$ tabel 2,45

maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima) hasil tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan, harga dan promosi.

D. Analisis Dan Pembahasan

1. Terdapat Pengaruh Signifikan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian bahwa diketahui t hitung variabel kualitas pelayanan lebih sebesar $1,919 > t$ tabel $1,685$, dengan nilai signifikan yang dimiliki variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar $0,063 < 0,10$ maka dapat disimpulkan hipotesis yang diperkirakan mendapat dukungan dengan pengaruh yang positif, pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdampak pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut (Insani, 2020) bahwa Kualitas pelayanan berdampak pada pelanggan terutama kepuasan pelanggan yang menandakan kualitas pelayanan yang semakin baik maka pelanggan akan senang dan puas terhadap produk dan pelayanan perusahaan.

Berdasarkan bukti kuesioner dari peneliti yang telah disebar dan kembalinya kuesioner yang akan dijadikan bukti penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain hasil dari kuesioner yang dibantu oleh aplikasi SPSS versi 25, hal ini juga didukung oleh hasil data pada Google ulasan, milik PT. Gedung YKP-BE Kota Surabaya yang memperoleh penilaian 4,5 dari 5 bintang, pelanggan berkomentar tentang kualitas pelayanan yang baik di PT. Gedung YKP-BE. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini sama dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti (kholidiyah, 2015) yang juga mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Setelah melakukan penelitian pada perusahaan PT.Gedung YKP-BE, karyawan cepat menyadari bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan memperbaiki yang kurang dalam kualitas pelayanan.

2. Terdapat Pengaruh Signifikan harga Terhadap Kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian bahwa diketahui t hitung variabel harga lebih sebesar $4,244 > t$ tabel $1,685$, dengan nilai signifikan yang dimiliki variabel harga (X_2) sebesar $0,000 < 0,10$ maka dapat disimpulkan hipotesis yang diperkirakan mendapat dukungan dengan pengaruh yang positif, pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga berdampak pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Harga mampu memberikan pengaruh kepada kepuasan pelanggan karena harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang diperoleh atas pelayanan atau produk yang telah diperoleh. Harga mempengaruhi kepuasan pelanggan karena pentingnya harga bagi konsumen terutama kepuasan pelanggan dan kualitas agar pelanggan senang dan puas terhadap produk barang atau jasa perusahaan, sama halnya dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti (Wijayanto, 2015) yang juga mengatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Setelah dilakukan uji penelitian, perusahaan sekarang lebih memperhatikan dan memperbaiki nilai harga dan penetapan nominal yang jelas sesuai dengan apa yang didapat pelanggan, karena harga juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Terdapat Pengaruh Signifikan Promosi Terhadap Kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian bahwa diketahui t hitung variabel promosi lebih sebesar $3,965 > t$ tabel $1,685$, dengan nilai signifikan yang dimiliki variabel kualitas

pelayanan (X3) sebesar $0,000 < 0,10$ maka dapat disimpulkan hipotesis yang diperkirakan mendapat dukungan dengan pengaruh yang positif, pada penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berdampak pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

(Rosalina,dkk 2019) menyatakan bahwa promosi menekankan pentingnya loyalitas pelanggan, karena jika promosi semakin tinggi, pelanggan dapat lebih meningkatkan produk atau layanan untuk meningkatkan keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan atau promosi mampu memberikan pengaruh kepada kepuasan pelanggan. Penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti (Hendria dkk, 2014) mengatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Setelah dilakukan uji penelitian, perusahaan mulai memperbaiki sesuatu yang kurang dalam strategi promosinya mulai dari karyawannya dan cara penyampaianya, karena perusahaan tahu bahwa promosi juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4. Terdapat Pengaruh Signifikan Secara Simultan Hubungan Kualitas

Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian bahwa diketahui nilai F hitung variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi adalah 34,610 dan F tabel 2,45. $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ atau $34,610 > 2,45$, dengan nilai signifikan yang dimiliki variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi sebesar $0,000 < 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa

ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan, harga dan promosi.

Saat ini konsumen lebih kritis, lebih cerdas dan pintar, lebih sadar akan hal harga, lebih banyak menuntut dan juga didekati oleh banyak pesaing dengan memberikan penawaran yang sama atau bahkan lebih baik. Pengaruh kualitas pelayanan harga dan strategi promosi sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Grismartanti, 2019)

Terdapat banyak hal atau faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, salah satunya adalah kualitas pelayanan, harga dan promosi. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian yang telah dilakukan pada penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh (kholidiyah, 2015) yang juga mengatakan bahwa hasil penelitian variabel kualitas pelayanan, harga, promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.