

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION  
ON THE PROMOTION OF PT OUTSOURCING SERVICES  
CHESS WORKS SENTOSA***

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP PROMOSI JASA OUTSOURCING  
PT. CATUR KARYA SENTOSA**

**Ella Effrisna Ivana Br Sinuhaji<sup>1)</sup>, Sixson Roberto Simangunsong<sup>2)</sup>**  
Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma  
E-mail Coresponding: msixson@gmail.com<sup>2)</sup>

***ABSTRACT***

*This study examines the impact of service quality and customer satisfaction on the promotion of outsourcing services at PT. CKS. The results indicate that, simultaneously, service quality and customer satisfaction have a positive and significant effect on the promotion of outsourcing services at PT. CKS. However, partial analysis shows that service quality does not have a positive and significant effect on promotion. Conversely, customer satisfaction is found to have a positive and significant effect on the promotion of outsourcing services at PT. CKS. These findings suggest that while service quality is an important factor, customer satisfaction plays a more crucial role in driving service promotion. The implications of this study suggest that PT. CKS should focus on strategies to enhance customer satisfaction to strengthen their promotional efforts.*

**Keywords:** *Service Quality and Customer Satisfaction, Promotion of Outsourcing Services, PT. Chess Karya Sentosa*

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap promosi jasa outsourcing PT. CKS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap promosi jasa outsourcing PT. CKS. Namun, analisis parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap promosi. Sebaliknya, kepuasan pelanggan ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap promosi jasa outsourcing PT. CKS. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas pelayanan merupakan faktor penting, kepuasan pelanggan memainkan peran yang lebih krusial dalam mendorong promosi jasa outsourcing. Implikasi dari hasil penelitian ini menyarankan bahwa PT. CKS perlu fokus pada strategi peningkatan kepuasan pelanggan untuk memperkuat upaya promosi mereka.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan, Promosi Jasa Outsourcing, PT. Catur Karya Sentosa.

**PENDAHULUAN**

Persaingan di bidang jasa outsourcing semakin kompetitif, dikarenakan kemajuan ilmu teknologi yang sudah semakin pesat dan membawa pengaruh terhadap perusahaan. Perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan konsumen dalam penyampaian visi, misi, tujuan dan target perusahaan.

Penggunaan jasa outsourcing merupakan pilihan yang populer di kalangan pengusaha, karena pengelolaan tenaga kerja diserahkan kepada pihak

ketiga diluar manajemen. Disisi lain banyak juga perusahaan outsourcing kurang disukai oleh pekerja

Alasan perusahaan outsourcing kurang disukai karena hak hak perkerja sering tidak dibayarkan atau di kurangi oleh perusahaan outsourcing (contoh: gaji, THR, BPJS, dll). Pihak pemerintah memberikan kemudahan perizinan kepada perusahaan ousourcing melalui undang undang tenaga kerja dan undang undang cipta kerja.

Perusahaan outsourcing masih banyak yang malakukan perbuatan yang

kurang baik, Perusahaan jasa outsourcing tersebut memberikan tenaga kerja yang tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan dan tidak ada pelatihan yang dibutuhkan oleh perusahaan pemberi kerja, sehingga perusahaan pemberi Kerja kecewa terhadap perusahaan jasa outsourcing.

Hal tersebut membuat pelayanan perusahaan outsourcing buruk terhadap perusahaan pemberi kerja, (S. Simangunsong et al., 2023a) Pelayanan merupakan kunci untuk mencapai keberhasilan perusahaan jasa outsourcing. Kepuasan pelanggan. (Kholik, 2020) Setiap karyawan yang bekerja pada basis pelayanan seperti pada sistem alih daya ini memiliki peran penting secara personal agar dapat memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan atau kliennya. (S. Simangunsong et al., 2023b) Oleh karena itu perhatian dan pelatihan secara intens dari manajemen agar selalu ditingkatkan menghasilkan sumber daya yang berkompeten, bersaing dan berkualitas. (Puspita & Affandi, 2015) perusahaan outsourcing memberikan semua yang telah menjadi hak karyawan outsourcing sesuai dengan kontrak kerja dengan perusahaan pengguna, termasuk uang insentif dan lembur. Untuk perusahaan-perusahaan outsourcing, penguatan perusahaan sebagai lembaga yang profesional dalam menjalankan fungsi perekrutan dan penyaluran diperlukan dalam jangka pendek

Menurut pendapat penulis, Promosi merupakan sebuah informasi yang menarik sehingga mengajak orang untuk melihatnya. PT. Catur Karya Sentosa menggunakan promosi secara langsung dan melalui website. Jika pelayanan Perusahaan outsourcing Bagus maka Perusahaan pemberi kerja akan merekomendasikan perusahaan outsourcing kita kepada perusahaan perusahaan lainnya.

Sejalan dengan penelitian (Waty, 2019) menyatakan bahwa Kepuasan konsumen untuk menggunakan jasa

merupakan suatu proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, selain kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumennya, perusahaan harus mempunyai kelebihan seperti memberikan promosi yang lebih baik dari pesaing. Biasanya konsumen dalam menggunakan layanan jasa akan membandingkan promosi perusahaan dengan perusahaan yang lain, memilih layanan jasa yang mempunyai promosi lebih besar, memilih layanan jasa yang harganya sebanding dengan kualitasnya atau alasan lainnya.

Menurut (F et al., 2023) Faktor kualitas layanan dan citra perusahaan tentunya akan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membeli produk yang dipasarkan. Oleh karena itu perusahaan perlu menciptakan kepuasanpelanggan, sebab ketidakpuasan pelanggandapat berdampak pada berpindahnya pelanggan pada perusahaan pesaing

Kepuasan Pelanggan Menurut Lupiyoadi (2016), dalam menentukan kepuasanpelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan olehperusahaan, yaitu:1) Kualitas Produk; Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.2) Kualitas Pelayanan; Terutama untuk industri jasa pelanggan akan merasa puas bilamereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai denganyang diharapkan.3) Emosional; Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwaorang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produkdengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasanyang lebih tinggi.4) Harga; Produk atau Jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.5) Biaya; Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau

tidak perlu

Penulis tertarik untuk membahas pengaruh pelayanan terhadap promosi jasa outsourcing pada PT. Catur Karya Sentosa, karena penulis ingin mengetahui dan mendalami bagaimana pelayanan yang diberikan oleh PT. CKS kepada pengguna jasa dan promosi yang mereka gunakan belum menggunakan sosial media untuk media promosi.

### **Kajian Teori**

#### **Kualitas Pelayanan**

Perusahaan Jasa harus menjaga kualitas yang diberikan dan harus memahami apa yang dibutuhkan dan harapan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan. Menurut Sudarso dalam jurnal (Rozi & Khuzaini, 2021). Kualitas pelayanan adalah tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan menyebabkan kepemilikan sesuatu. Dalam hal ini, kualitas yang baik sangat penting bagi konsumen dalam menentukan kualitas pelayanan yang ditawarkan.

#### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (2002) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Tetapi jika kinerja bagus, maka pelanggan sangat puas dan senang, jika kinerja kurang sesuai harapan, maka pelanggan merasa kecewa terhadap produk jasa yang diberikan.

#### **Promosi Jasa**

Menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2001), promosi penjualan adalah kegiatan komunikasi pemasaran, selain dari pada periklanan, penjualan pribadi, dan hubungan masyarakat, dimana insentif jangka pendek memotivasi konsumen dan anggota saluran distribusi untuk membeli barang atau jasa dengan segera, baik

dengan harga yang rendah atau dengan menaikkan nilai tambah. Maka dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang menawarkan nilai lebih untuk suatu produk.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Catur Karya Sentosa, pengambilan dan pengolahan data dari bulan April sampai dengan Mei 2024. Lokasi Jalan Bambu II, Komplek Graha Niaga Blok A No. 5 Medan

Ada dua macam jenis data pada umumnya yaitu primer dan data sekunder. Menurut (Habibur, 2021) data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data tanpa melalui perantara. Beberapa metode untuk mendapatkan data primer termasuk observasi, diskusi kelompok terfokus, wawancara, dan kuesioner. Contoh data primer yang dilakukan peneliti adalah dengan observasi, wawancara, dan kuesioner (S. R. Simangunsong, Tanjung, et al., 2021).

Dalam pengumpulan sumber data, peneliti melakukan pengumpulan sumber data Internal. Menurut (Hartatik, Mayko Edison Koibur, 2023) Sumber data internal adalah data yang berasal dari sumber internal Perusahaan atau organisasi, seperti data keuangan, data penjualan, data produksi, atau data sumber daya manusia (S. R. Simangunsong, Dian, et al., 2021)

Populasi menurut (Eddy Rofflin, Iche Andriyani Liberty, 2021) adalah orang yang menjadi subjek penelitian atau orang yang hendak karakteristiknya hendak diteliti. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 30 responden yang memakai produk jasa outsourcing PT. Catur Karya Sentosa

Sampel menurut (Aziz Alimul, 2021) merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti atau sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh

populasi. Sampel yang digunakan oleh peneliti adalah teknik total sampling, Menurut Sugiyono (2009:63) Total sampling adalah teknik pengambilan sampel, dimana jumlah sampel sama dengan populasi.

### Hasil Uji Glejser Linear

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap promosi jasa outsourcing PT. Catur Karya Sentosa. Berikut ini table hasil pengujian regresi linear berganda pada masing-masing variabel yaitu:

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1.** Hasil Uji Glejser Linear

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	46.328	25.389		1.825	.082
	KP TOTAL	-.211	.501	-.127	-.421	.678
	K.PEL TOTAL	.520	.248	.632	2.102	.048

a. Dependent Variable: PROMOSI TOTAL

Berdasarkan hasil pengujian diatas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y=46.328+(-0.211) X_1+0.520X_2$$

Pada model regresi linear berganda diperoleh nilai konstanta promosi total sebesar 46.328 artinya jika nilai variabel

bebas kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan nilainya 0, maka variabel terikat promosi nilainya sebesar 46.328. koefisien regresi masing-masing variabel bebas bernilai positif artinya promosi jasa outsourcing PT. CKS dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

### Uji Hipotesis

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 2.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.538 <sup>a</sup>	.289	.221	2.52643	.289	4.266	2	21	.028

a. Predictors: (Constant), K.PEL TOTAL, KP TOTAL

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.289 atau sebesar 28.9% Variabel kualitas pelayanan dan

kepuasan pelanggan menunjukkan besaran pengaruh dalam persentase

### Uji F Simultan

**Tabel 3.** Hasil Uji Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.460	2	27.230	4.266	.028 <sup>b</sup>
	Residual	134.040	21	6.383		
	Total	188.500	23			

a. Dependent Variable: PROMOSI TOTAL  
b. Predictors: (Constant), K.PEL TOTAL, KP TOTAL

Berdasarkan table diatas terlihat bahwa nilai  $F_{hitung} > 4.266$  dari nilai  $F_{tabel}$  yaitu 3.35 dan nilai signifikan  $0.028 <$  dari alpha 0.05. Maka Keputusan yang diambil  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima dengan demikian secara simultan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap promosi jasa outsourcing PT. CKS.

**Uji T Parsial**

Tabel 4. Hasil Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	46.328	25.389		1.825	.082
KP_TOTAL	-.211	.501	-.127	-.421	.678
K.PEL_TOTAL	.520	.248	.632	2.102	.048

a. Dependent Variable: PROMOSI\_TOTAL

(S. Simangunsong et al., 2023a) Uji T adalah analisis yang digunakan untuk menemukan hasil analisis data pada rumus statistika untuk menemukan nilai signifikan dari suatu variabel

Berdasarkan table tersebut dapat dilihat bahwa

1. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan  $-0.421 < t_{tabel}$  1.703 dan nilai signifikan  $0.678 >$  dari alpha 0.05(5%), maka  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dengan demikian secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap promosi.
2. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kepuasan pelanggan  $2.102 > t_{tabel}$  1.703 dan nilai signifikan  $0.048 <$  dari alpha 0.05(5%) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dengan demikian secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap promosi.

Hasil penelitian ini searah dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Menurut (Wati, 2019) mengatakan bahwa Nilai koefisien determinasi berganda antara variable

bebas membuktikan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan promosi terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu peneliti hasil lain menyatakan Kotler (2002) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Tetapi jika kinerja bagus, maka pelanggan sangat puas dan senang, jika kinerja kurang sesuai harapan, maka pelanggan merasa kecewa terhadap produk jasa yang diberikan. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, perbedaan jumlah variabel dan jenisnya yang diamati pada penelitian ini, hasil penelitian ini untuk variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap promosi, variabel yang berbeda lainnya seperti kinerja yang bagus dapat meningkatkan rasa puas dan senang oleh pelanggan.

Hal terpenting dalam suatu produk jasa yang baik Ketika dapat menaikkan

nilai produk tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik sangat penting bagi pelanggan untuk menentukan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Selama proses strategi pelayanan, perusahaan harus berfokus pada kepentingan pelanggan dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan keuntungan dan volume penjualan. Selanjutnya kepuasan pelanggan yang memuaskan bagi perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

## SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap promosi jasa outsourcing PT. CKS, secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap promosi, sementara kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap promosi jasa outsourcing PT. CKS.

## DAFTAR PUSTAKA

- Charles W. Lamb, J. F. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Selemba Empat.
- Gotra Lidya Puspita, M. A. (2015). ANALISIS PENYALURAN TENAGA KERJA OLEH PERUSAHAAN-PERUSAHAAN OUTSOURCING DI PERUSAHAAN AIRLINES. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*.
- Hartatik, M. E. (2023). SAINS DATA: Strategi, Teknik, dan Model Analisis Data.
- kholik, a. (2020). Perencanaan dan Manajemen Komunikasi dalam Membangun Citra Pelayanan Jasa Outsourcing. 95-103.
- Khuzaini, R. d. (2021). Pengaruh harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Pramestil, D. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee.
- Puspita, G. L. (n.d.).
- R, L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahman, J. H. (2021). JENIS DATA PENELITIAN TEKNIK ANALISIS DATA GEOGRAFI.
- Rifa'il, P. A. (2023). Metodologi Penelitian Hukum.
- Rina Nur Fauziah, I. W. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA OUTSOURCING PT. RAMA INDONESIA. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana Wihasnanto*.
- Rina Nur Fauziah, I. W. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA OUTSOURCING PT. RAMA INDONESIA. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* .
- Rosalia Irawaty, R. A. (2022). Kualitas Pelayanan, Harga, dan Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Outsourcing pada PT. Bintang Perkasa Surya Widya Laksana. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Sugiyono. (2009). Metode Peneliti
- Aziz Alimul, H. (2021). *Cara mudah menghitung besar sampel* (N. Aulia Azis, Ed.). Health Books Publishing.
- Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty, P. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran* (Moh. Nasrudin, Ed.). PT. Nasya Expanding Management.
- Habibur, R. J. (2021). Jenis jenis data penelitian. *Jurnal Teknik Pengumpulan Data Dalam Rancangan Penelitian, August*, 1–7.
- Hartatik, Mayko Edison Koibur, A. W. M. (2023). *SAINS DATA: Strategi, Teknik, dan Model Analisis Data* (Rita

- Komalasari, Ed.). Kaizen Media Publishing.
- Simangunsong, S., Maipita, I., & Hutasuhut, S. (2023a, January 18). *The Development of Higher Order Thinking Skill Test Instrument based Problem Based Learning to Improve Creative Thinking of the XIth Grade of SMK Negeri 1 Sosoradong Tapanuli Tengah Academic Year 2022/2023*. <https://doi.org/10.4108/eai.1-11-2022.2326236>
- Simangunsong, S., Maipita, I., & Hutasuhut, S. (2023b, January 18). *The Development of Higher Order Thinking Skill Test Instrument based Problem Based Learning to Improve Creative Thinking of the XIth Grade of SMK Negeri 1 Sosoradong Tapanuli Tengah Academic Year 2022/2023*. <https://doi.org/10.4108/eai.1-11-2022.2326236>
- Simangunsong, S. R., Dian, S., Siahaan, N., & Pramana, D. (2021). *The Effect of Online Explaining Skills on Teacher Competence*.
- Simangunsong, S. R., Tanjung, A. A., Dian, S., & Siahaan, N. (2021). Analisis Dampak Dana Desa dan Produk Domestik Regional Bruto Terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Kabupaten Tapanuli Tengah. *Journal Of Business and Economics Research (JBE)*, 2(1), 8–12.
- an Pendidikan Pendekatan Kuantitati, Kualitatif, dan R&D. Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- WATI, W. T. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN KONSUMEN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN.
- WATI, W. T. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN KONSUMEN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN.
- Yanuar, M. M. (2017). Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi dan kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang
- Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*.