



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KOMUNIKASI CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. SENTRA GRAFIKA KOMPUMEDIA

Fandy Fadillah¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok

fandyfadillah.ff@gmail.com¹

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Komunikasi Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Sentra Grafika Kompumedia. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *Insidental Sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 96 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan Komunikasi *costumer service* secara serempak berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia. Adapun variabel Komunikasi *Costumer Service* secara parsial variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 70,4% faktor-faktor kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi *Costumer Service* sedangkan sisanya 29,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Komunikasi *Costumer Service*, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of service quality and customer service communication on customer satisfaction at Pt. Compumedia Graphics Center. The type of research used is explanatory research with the research method of collecting data using a questionnaire. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection was done by incidental sampling. The sample is 96 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the F test show that simultaneously the variables of service quality and customer service communication simultaneously and significantly affect customer satisfaction at PT. Compumedia Graphics Center. The results of the t test show that the service quality variable partially does not have a significant effect on customer satisfaction at PT. Compumedia Graphics Center. As for the Customer Service Communication variables partially, these variables have a significant effect on customer satisfaction at PT. Compumedia Graphics Center. While the results of the test for the coefficient of determination show that 70.4% of customer satisfaction factors can be explained by Service Quality and Customer Service Communication while the remaining 29.6% is explained by other factors not examined in this study. The dominant variable affecting customer satisfaction at PT. Compumedia Graphics Center.

Keywords: Service Quality, Customer Service Communication, Customer Satisfaction.

(*) Corresponding Author : Fandy Fadillah, fandyfadillah.ff@gmail.com¹, 08561372003

INTRODUCTION

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk mutunya lebih baik. Produk dengan mutu jelek, harga mahal, penyerahan produk yang lambat bisa membuat pelanggan tidak puas, walaupun dengan tingkat kepuasan yang berbeda. Disisi lain, perusahaan juga harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

PT. Sentra Grafika Kompumedia adalah penyedia solusi teknologi grafis terkemuka di Indonesia untuk pasar teknik dan multimedia. Sebagai perusahaan jasa, kualitas pelayanan dan komunikasi yang baik sangat penting untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga pelanggan akan kembali menggunakan produk atau layanan dari perusahaan tersebut di masa mendatang. Komunikasi yang baik juga akan membantu perusahaan dalam memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga perusahaan dapat memberikan layanan yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Disamping itu, PT. Sentra Grafika Kompumedia juga menyediakan berbagai jenis *software* yang di butuhkan pelanggan., perusahaan harus memastikan bahwa produk atau layanan yang diberikan berkualitas dan sesuai dengan standar yang diharapkan oleh pelanggan. Perusahaan juga harus memiliki sistem pelayanan pelanggan yang responsif dan efektif, sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengakses layanan atau produk yang mereka butuhkan. Meskipun perusahaan telah melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan komunikasi, namun belum diketahui seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan dan komunikasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia. Meskipun PT. Sentra Grafika Kompumedia telah berusaha secara optimal untuk memberikan pelayanan yang prima, namun tetap perusahaan masih mendapatkan komplain dan keluhan dari pelanggan, perusahaan sangat menyadari, jika komplain dan keluhan pelanggan tidak diperhatikan ini akan berdampak kurang baik bagi perusahaan dan pada akhirnya pelanggan tidak puas dan tidak akan menggunakan jasa perusahaan lagi. Oleh karena itu, penelitian ini akan dilakukan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan komunikasi terhadap kepuasan pelanggan PT. Sentra Grafika Kompumedia.

METHODS

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. "Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang datanya dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik" (Sugiyono, 2014:7). Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*, yaitu penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Singarimbun dalam Singarimbun dan Efendi, 2008:5). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah pelanggan PT. Sentra Grafika Kompumedia, yang rata-rata setiap bulan 96 pelanggan yang akan dijadikan populasi. Metode Accidental Sampling adalah metodologi pengambilan sampel dalam penelitian ilmiah maupun skripsi. Dari beberapa metodologi yang ada, maka metodologi accidental sampling adalah teknik yang cocok digunakan untuk pengambilan sampel secara aksidental. Tehnik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara accidental sampling.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Uji Kualitas Data

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengetahui berbagai tanggapan atas responden adalah melakukan uji kualitas data. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah berbagai item pernyataan atau indikator yang digunakan tersebut valid atau tidak serta reliabel atau tidak. Hal ini penting karena salah satu syarat bahwa sebuah data dapat dilakukan uji hipotesis adalah harus valid dan reliabel. Dibawah ini disajikan hasil uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	Item	rhitung	Simpulan	Keterangan
1	Karyawan Sentra Grafika Kompumedia bertindak cepat saat pelanggan datang.	0,651	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$
2	Karyawan Sentra Grafika Kompumedia dengan cepat melayani pelanggan.	0,513	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$
3	Karyawan Sentra Grafika Kompumedia melayani pelanggan dengan standard perusahaan.	0,620	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$
4	Karyawan Sentra Grafika Kompumedia dengan cepat melayani transaksi pembayaran.	0,610	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$
5	Karyawan Sentra Grafika Kompumedia membantu kesulitan Ketika pelanggan mengalami kesulitan	0,713	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$
6			Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$

Data pada tabel di atas terlihat bahwa semua item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel} 0,20$ sehingga pernyataan tentang variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Komunikasi Customer Service

No	Item	rhitung	Simpulan	Keterangan
1	Saya merasa senang dan terbuka berkomunikasi dengan karyawan Sentra Grafika Kompumedia	0,642	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$
2	Saya merasa karyawan Sentra Grafika Kompumedia menanggapi keluhan pelanggan dengan baik.	0,515	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$

3	Saya mendapat respon yang cepat ketika dalam masalah.	0,496	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$
4	Saya mendapat informasi dengan cepat ketika ada perubahan kebijakan di Sentra Grafika Kompumedia	0,660	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$
5	Saya berusaha menghargai pendapat orang lain.	0,324	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$

Data pada tabel di atas terlihat bahwa semua item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel} 0,20$ sehingga pernyataan tentang komunikasi *customer service* dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Mahasiswa

No	Item	r_{hitung}	Simpulan	Keterangan
1	Saya puas ketika Sentra Grafika Kompumedia menangani keluhan dengan cepat.	0,833	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$
2	Saya bersedia merekomendasikan Sentra Grafika Kompumedia kepada orang lain	0,828	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$
3	Saya akan melakukan pembelian ulang dimasa depan di Sentra Grafika Kompumedia	0,534	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$
4	Saya puas dengan <i>fast respon customer service</i> Sentra Grafika Kompumedia dalam melayani saya.	0,828	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$
5	Saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan Sentra Grafika Kompumedia	0,534	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$

Data pada tabel 4.8 di atas terlihat bahwa semua item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel} 0,20$ sehingga pernyataan tentang variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach α	Simpulan	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	.821	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,60$
2	Komunikasi CS	.759	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,60$
3	Kepuasan Pelanggan	.878	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,60$

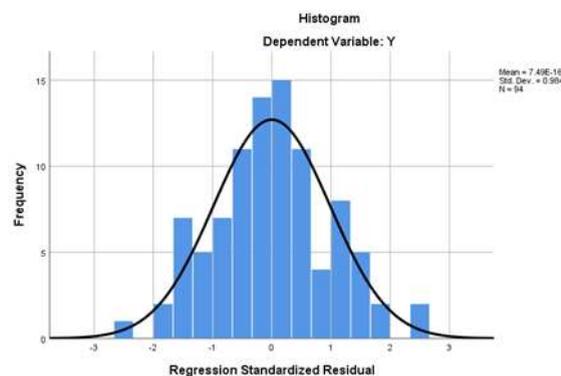
Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa semua nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel atau handal.

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* yang tertera dalam Tabel *Reability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen penelitian ini handal (*reliable*) dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan uji kualitas data dan semua data yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam uji selanjutnya maka yang perlu dilakukan adalah uji asumsi klasik. Uji ini wajib dilakukan sebelum seseorang melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun uji klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heteroskedastisitas.

1. Hasil Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Pada grafik histogram di atas, terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

Tabel 5. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.70017600
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.078

	Negative	-.093
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

. Pada tabel 4.11 di atas, hasil uji normalitas dengan pendekatan uji Kolmogorov Smirnov bahwa data residual berdistribusi normal karena nilai Asymp Sig (2-tailed) 0,073 > 0.05.

2. Uji Multikolinieritas

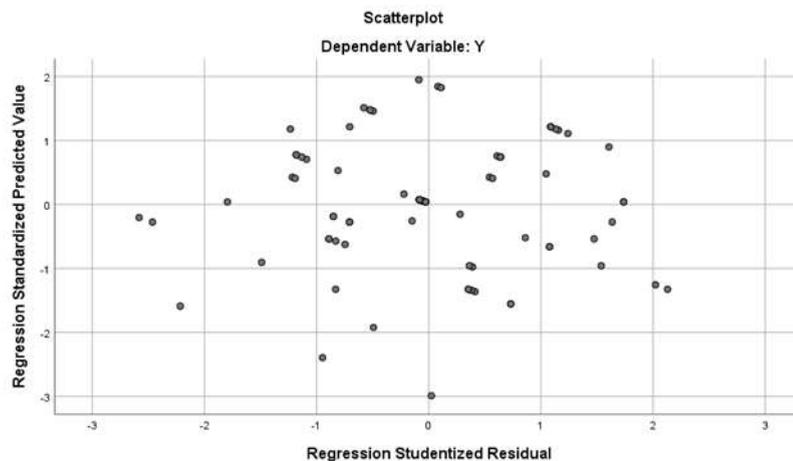
Uji Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel bebas atau tidak. Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai tolerance > 0,10 atau VIF < 5. Di bawah ini disampaikan hasil uji multikolinieritas dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* nya.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	COLLINEARITY STATISTICS			
	Tolerance		VIF	
	Hasil	Simpulan	Hasil	Simpulan
Kualitas Pelayanan	.977	> 0,10	1.023	< 5
Komunikasi CS	.977	> 0,10	1.023	< 5

Pada table di atas, menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* > 0,10 serta nilai VIF < 5 yang berarti variabel bebas tidak terjadi masalah multikolinieritas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk

Tabel 8. Hasil Uji Glejser

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.605	.911		2.858	.005
	Kualitas Pelayanan	-.054	.040	-.152	-1.367	.176
	Komunikasi CS	-.027	.041	-.073	-.657	.513

a. Dependent Variable: Abs_Res

Dilihat dari tabel di atas, nilai signifikansi > 0,05 artinya variabel tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Hasil Uji Hipotesis

Setelah semua data dinyatakan layak untuk dilakukan uji selanjutnya, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara atas jawaban rumusan masalah tersebut yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis ini anatara lain persamaan regresi, uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.146	1.493		1.438	.154
	Kualitas Pelayanan	-.047	.065	-.043	-.716	.476
	Komunikasi CS	.935	.067	.849	13.964	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan table di atas, model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 2.146 - 0.047 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0.935 \text{ Komunikasi CS}$$

Model persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2.146 yang artinya jika variabel kualitas pelayanan dan komunikasi *customer service* dianggap nol maka variabel kepuasan pelnggan sebesar 2.146
2. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar -0.047 yang artinya jika variabel kualitas pelayanan meningkat satu satuan dan variabel komunikasi *customer service* dianggap konstan, maka variabel kepuasan pelanggan akan turun sebesar 0.047.
3. Nilai koefisien variabel komunikasi *customer service* sebesar 0.935 yang artinya jika variabel komunikasi *customer service* meningkat satu satuan dan variabel kualitas pelayanan dianggap konstan, maka variabel kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0.156.

2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	583.670	2	291.835	98.498	.000 ^b
	Residual	237.029	80	2.963		
	Total	820.699	82			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan table di atas, menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 85.484 dan nilai F_{tabel} sebesar 2.70, dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan komunikasi *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sentra Grafika Kompumedia.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 ^a	.711	.704	1.721

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Pada tabel 4.16 di atas, menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0.704 atau 70.4%. hal ini berarti variabel kualitas pelayanan dan komunikasi *customer service* mampu menjelaskan kepuasan konsumen pada PT. Sentra Grafika Kompumedia sebesar 70.4 % dan sisanya sebesar 29.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Uji hipotesis secara parsial bertujuan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel kualitas pelayanan dan komunikasi *customer service* berpengaruh pada kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia, berdasarkan hasil pengolahan dapat disajikan pada tabel dibawah ini

Tabel 12. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Variabel	t		Sig.		Kesimpulan
	t_{hitung}	t_{tabel}	Hasil	$\alpha = 5\%$	
Kualitas Pelayanan	-0.716	1.98	.476	< 0.05	Hipotesis Diterima
Komunikasi CS	13.964	1.98	.000	< 0.05	Hipotesis Diterima

Pada tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar -0.716 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.98 dengan nilai signifikansi $0.476 < 0.05$, maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia

Pada tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel komunikasi *customer service* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 13.964 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.98 dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan variabel komunikasi *customer service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia.

DISCUSSION

Dalam penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia, hasil menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat menimbulkan pertanyaan tentang faktor-faktor apa yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan di perusahaan tersebut. Salah satu faktor yang mungkin memainkan peranan adalah kondisi awal kepuasan pelanggan. Jika pelanggan memiliki ekspektasi yang rendah terhadap kualitas pelayanan PT. Sentra Grafika Kompumedia, walaupun kualitas pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan minimum, mereka mungkin tetap tidak merasa puas. Ekspektasi rendah ini dapat disebabkan oleh pengalaman sebelumnya atau persepsi negatif terhadap industri atau perusahaan itu sendiri. Dalam kesimpulannya, hasil penelitian yang menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang perlu diperhatikan.

Dalam konteks PT. Sentra Grafika Kompumedia, komunikasi *customer service* dapat menjadi faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Komunikasi yang efektif antara pelanggan dan *customer service* dapat memiliki dampak yang positif dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pertama-tama, komunikasi yang baik dengan *customer service* dapat membantu dalam memahami kebutuhan dan masalah pelanggan dengan lebih baik. *Customer service* yang responsif dan tanggap akan membantu pelanggan dalam mengkomunikasikan keluhan, permintaan, atau pertanyaan mereka dengan jelas. Dalam hal ini, pelanggan akan merasa didengar dan dihargai, sehingga mereka akan merasa lebih puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Sentra Grafika Kompumedia. Komunikasi yang efektif juga memungkinkan *customer service* untuk memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu kepada pelanggan. Dengan memberikan penjelasan yang jelas, solusi yang tepat, atau informasi yang diperlukan, pelanggan akan merasa terbantu dan puas dengan layanan yang diberikan. Komunikasi yang terbuka dan transparan juga dapat memperkuat hubungan pelanggan-perusahaan, memperlihatkan bahwa PT. Sentra Grafika Kompumedia peduli dan berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya.

1. Meningkatkan Kualitas Komunikasi *Customer Service*: Berdasarkan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa komunikasi *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, perusahaan harus memastikan bahwa *customer service* dilengkapi dengan keterampilan komunikasi yang baik. Pelatihan dan pengembangan keterampilan komunikasi, termasuk kemampuan mendengarkan aktif, empati, dan penggunaan bahasa yang jelas dan ramah, dapat membantu meningkatkan hubungan antara *customer service* dan pelanggan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.
2. Meningkatkan Kualitas Pelayanan Secara Keseluruhan: Meskipun kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetap penting bagi PT. Sentra Grafika Kompumedia untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Hal ini dapat mencakup peningkatan efisiensi, peningkatan responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan, pemenuhan janji pelayanan yang telah dijanjikan, dan peningkatan keseluruhan pengalaman pelanggan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan, perusahaan dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan mereka.
3. Integrasi Kualitas Pelayanan dan Komunikasi *Customer Service*: Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, PT. Sentra Grafika Kompumedia dapat mempertimbangkan untuk mengintegrasikan kualitas pelayanan dan komunikasi *customer service* dalam upaya manajerial mereka. Misalnya, memberikan pelatihan kepada *customer*

service mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan bagaimana meningkatkannya melalui komunikasi yang baik. Dengan cara ini, perusahaan dapat mencapai sinergi antara kualitas pelayanan dan komunikasi *customer service* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Melalui implementasi saran-saran ini, PT. Sentra Grafika Kompumedia dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan komunikasi *customer service* mereka, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dapat membantu perusahaan mempertahankan pelanggan yang ada, meningkatkan citra perusahaan, dan mendapatkan keunggulan kompetitif di industri yang kompetitif.

CONCLUSION

Sesuai dengan uraian-uraian diatas serta hasil analisis dan interpretasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut :

1. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa komunikasi *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia.
3. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia.

REFERENCES

- Agus Surya Bharmawan, S. E. M. M., Hanif, N., & Pustaka, S. M. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN JASA: STRATEGI, MENGUKUR KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA. <https://books.google.co.id/books?id=4LheEAAAQBAJ>
- Alma, Buchari, 2019, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan. Keenam, Alfabeta, Bandung
- Amri, S., Fariantin, E., Nursanty, I. A., Syakbani, B., Endrawati, B. F., Viana, P. A., Tabun, M. A., & Wulandari, R. (2022). *Pengantar Ilmu Manajemen*. Seval Literindo Kreasi. https://books.google.co.id/books?id=X_hjEAAAQBAJ
- Atep Adya Barata. 2019. Dasar-dasar Pelayanan Prima, PT Gramedia, Jakarta
- Cooper, Donald R. Dan Pamela Schindler. 2020. *Business Research Methods*. McGraw-Hill Companies, Inc. New York
- Cozby, Paul C. 2019. *Methods in Behavioral Research*. Edisi ke sembilan. Edisi Bahasa Indonesia. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Dama, Hais, 2019. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas Nasabah bank Mandiri Cabang Gorontalo
- Djerubu, D., Kremer, H., Mustikarani, I. K., Herdhianta, D., Ardyanti, D., Agustina, T. S., Rizqi, M., Tonapa, E., Dewi, N. N. S. A., & Wardani, R. W. K. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pradina Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=Y-B1EAAAQBAJ>
- Gusti Ayu Aghivirwati, S. H. M. M., Poniah Juliawati, A. K. S. M. M., Thorman Lumbanraja, S. E. M. S. C. P. S., Nanang Qosim, S. E. M. M., Devy Sofyanty, S. P. M. M., Ayu Indira Dewiningrat, S. E. M. M., Joko Kismanto, S. K. N. M. S., Abdul Munim, S. E. M. M., Anna Noviana, S. E. M. M., & Dr. Festus Evly R. I. Liow, S. T. M. S. (2022). *Manajemen Kualitas*. Cendikia Mulia Mandiri. <https://books.google.co.id/books?id=sr6bEAAAQBAJ>
- Hamid, R. S., Setiawan, Z., Simanihuruk, P., Napisah, S., Utami, B., Puspitasari, K. A., Sagala, R., Risdiyanto, A., Harsoyo, T. D., & Nuvriasari, A. (2023). *ILMU MANAJEMEN PEMASARAN*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=eUq5EAAAQBAJ>
- Indrasari, M., & Press, U. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press. <https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ>

- Kurniasih, D., & Rozi, A. (2021). *Kepuasan konsumen : studi terhadap word of mouth, kualitas layanan dan citra merek.* Bintang Visitama.
<https://books.google.co.id/books?id=Z7ZFEAAAQBAJ>
- Kotler, Philip Gary Armstrong, *Kotler.* 2020. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta
- Kotler, Philip Gary Armstrong. 2019, Principle of Marketing, 13th Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Kotler, Philip Gary Armstrong. 2019, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip. 2021., Manajemen Pemasaran, Jilid 1, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kuncoro, Mudjarad. 2020. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi.* Penerbit Erlangga. Jakarta
- Lupiyoadi, Hamdani. 2019. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Malhotra, 2020, Riset Pemasaran, Penerbit Indeks Terjemahan Soleh Rusyadi M, Jakarta
- Rusdiana, M. M. (2021). *ETIKA KOMUNIKASI ORGANISASI: Filosofi, Konsep dan Aplikasi.* PUSAT PENELITIAN DAN PENERBITAN UIN SGD BANDUNG.
<https://books.google.co.id/books?id=ABtUEAAAQBAJ>
- Schiffman, Leon dan Kanuk. 2019., Perilaku Konsumen., PT. Indeks, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2020. *Research Methods For Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis.* Buku 1 Edisi 4. Salemba Empat. Jakarta.
- Sovryanjaya, Rendhy. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Café Coffee Toffee Matos Malang.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* CV Alfabeta. Bandung.
- Sutisna.* (2020). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. PT. Remaja. Rosdakarya, Bandung.
- Yusuf, M. F. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi untuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) dan Umum.*