

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT. SENTRA GRAFIKA KOMPUMEDIA

Tentang Sentra Grafika Kompumedia

Sentra Grafika Kompumedia PT (SGK) adalah penyedia solusi teknologi grafis terkemuka di Indonesia untuk pasar teknik dan multimedia, berdasarkan kebutuhan umum dan unik sebagian besar pelanggan. Dengan berkantor pusat di Jakarta, SGK telah banyak menjalin kerjasama dengan banyak channel partner dari berbagai kota besar di Indonesia. Melalui pendekatan unik dan kemitraan strategis dengan prinsipal internasional terkemuka, SGK memastikan untuk menawarkan solusi yang terjangkau, terukur, hemat biaya, dan terbukti tersedia di pasar untuk kebutuhan yang dibutuhkan oleh sebagian besar pelanggan.

Perbedaan Kami

Menjadi perusahaan terkemuka yang menetapkan banyak standar solusi untuk diikuti orang lain telah memberi kami keuntungan dari pola pikir inovator: penyelesaian masalah yang efisien namun hemat biaya. Pola pikir ini terus dikembangkan dan terus berkembang selama lebih dari 15 tahun pengalaman dalam melayani pelanggan.

Layanan profesional

Setiap solusi yang diberikan kepada pelanggan tidak hanya didasarkan pada kebutuhan pelanggan, tetapi disesuaikan untuk memenuhi anggaran pelanggan juga untuk mendapatkan hasil maksimal. Hasilnya hanyalah cerminan dari pengetahuan kami yang “terus berkembang” dalam melayani pelanggan dari satu ke yang lain.

Kemitraan Utama

SGK telah menjalin kemitraan strategis dengan prinsipal terkemuka seperti Hewlett Packard, PIXAR, McNeel and Associates dan banyak lagi untuk menggabungkan, menyesuaikan, dan mencocokkan berbagai solusi unik untuk pelanggan kami.

Pilihan Keunggulan

SGK berkomitmen untuk memberikan solusi hemat biaya namun bekerja untuk semua pelanggan. Datang dan alami tingkat layanan kami. SGK telah memelopori pengembangan dan pembentukan pasar CAD, animasi, dan efek visual yang terjangkau di Indonesia sejak awal tahun 90-an, sebagai penerus CAD LAB Compucenter.

Sementara begitu banyak vendor berbicara tentang produk, kami dengan jelas berbicara dan memberikan tujuan serta pencapaian.

Alamatnya :

Jl. Kramat Raya No.38 a-b, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10420

Tonggak sejarah > Merintis AutoCAD Training sebagai Autodesk Training Center di Indonesia sejak tahun 1993 > Pusat Pelatihan Autodesk untuk 3D Studio (DOS) pertama di Indonesia - 1994 > Perusahaan yang memperkenalkan Autodesk 3D Studio MAX R1 ke pasar Indonesia pada tahun 1996 > Pusat Pelatihan Autodesk pertama untuk 3D Studio MAX di Indonesia - 1996 > Pusat Pelatihan Digital Fusion Pertama di Indonesia - 1996 > Perusahaan yang memperkenalkan Persepsi DPS di Indonesia - 1996 > Perusahaan yang memperkenalkan DPS Velocity di Indonesia - 1998 > Pusat Pelatihan Kecepatan DPS Pertama di Indonesia - 1999 > Pusat Pelatihan Pembakaran Autodesk Pertama di Indonesia - 2001 > Pusat Pelatihan WACOM Pertama di Indonesia - 2008 > HP Workstation Elite Partner pertama (dan satu-satunya saat ini) di Indonesia - 2009 hingga sekarang > Perusahaan pertama di Indonesia yang berfokus pada pengembangan pasar 3D McNeel's Rhinoceros - 2009

Pencapaian kami menunjukkan pengalaman kami dalam memberikan solusi kepada pelanggan. Pada titik ini, kami juga membagikan pencapaian kami dengan pelanggan, untuk membantu mereka mencapai tingkat kesuksesan selanjutnya. Dan itulah alasan utama, kami menganggap pelanggan sebagai aset dan mitra terbesar kami.

VISI

PT. SENTRA GRAFIKA KOMPUMEDIA memberikan yang terbaik untuk teknologi di indonesia

MISI

- a. Melakukan perdagangan baik produk teknologi di dalam maupun luar negri
- b. Memberikan teknologi yang berkualitas, kompetitif, dan kebermanfaatn untuk kepuasan para profesional

4.1.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini untuk melihat demografi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, dan status pernikahan, dengan mengetahui demografi responden maka akan mengetahui karakteristik responden dalam hal ini konsumen di PT. Sentra Grafika Kompumedia.

Tabel 4.1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	(%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	76	79%
	Perempuan	20	21%
Jumlah		96	100%
Umur	17 – 20 Tahun	33	34%
	21 – 30 Tahun	15	16%
	31-40 Tahun	48	50%
	41-45 Tahun	0	0
	> 46 Tahun	0	0
Jumlah		96	100%
Pendidikan	SD	0	0
	SMP	0	0
	SMA	67	70%
	DIPLOMA	3	3%
	S1	26	27%

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	(%)
	S2	0	0
	S3	0	0
Jumlah		96	100%
Status Pernikahan	Belum Kawin	59	63%
	Kawin	35	37%
Jumlah		96	100%
Pekerjaan	PNS/ASN	9	9%
	Karyawan Swasta	68	71%
	Karyawan BUMN/BUMD	2	2%
	Mahasiswa/Pelajar	17	18%
Jumlah		96	100%
Jumlah		96	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4.2 di atas karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pelanggan di PT. Sentra Grafika Kompumedia didominasi oleh Laki-laki yakni sebanyak 79% dan sisanya sebanyak 21% adalah pelanggan perempuan. Maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan Laki-laki lebih banyak menggunakan layanan/jasa PT. Sentra Grafika Kompumedia

Karakteristik responden berdasarkan Umur, konsumen dengan rentang usia antara 17-20 tahun sebanyak 34%, rentang umur antara 21-30 tahun sebesar 16% dan sisanya rentang umur antara 31-40 tahun sebanyak 50%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang datang dan menggunakan jasa PT. Sentra Grafika Kompumedia berada pada rentang umur antara 31-40 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir, pelanggan dengan pendidikan terakhir pada tingkat SMA sebanyak 70%, pelanggan dengan pendidikan terakhir pada jenjang Diploma sebanyak 3%, dan sisanya pelanggan dengan pendidikan terakhir pada jenjang Sarjana (S1) sebanyak 27%, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang datang dan menggunakan jasa di PT. Sentra Grafika Kompumedia didominasi oleh pelanggan dengan tingkat Pendidikan terakhir pada tingkat Sarjana/S1.

1	Karyawan Sentra Grafika Kompumedia bertindak cepat saat pelanggan datang.	5	5.2	30	31.3	54	56.3	7	7.3	0	0	255	2.71
2	Karyawan Sentra Grafika Kompumedia dengan cepat melayani pelanggan.	7	7.3	36	37.5	49	51	4	4.2	0	0	242	2.57
3	Karyawan Sentra Grafika Kompumedia melayani pelanggan dengan standard perusahaan.	7	7.3	32	33.3	52	54.2	5	5.2	0	0	247	2.63
4	Karyawan Sentra Grafika Kompumedia dengan cepat melayani transaksi pembayaran.	8	8.3	19	19.8	46	47.9	22.9	22.9	1	1	281	2.99

5	Karyawan Sentra Grafika Kompumedia membantu kesulitan Ketika pelanggan mengalami kesulitan	8	8.3	19	19.8	35	36.5	33	34.4	1	1	288	3.06
---	--	---	-----	----	------	----	------	----	------	---	---	-----	------

Tabel 4.2. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari indikator bukti fisik, keandalan, jaminan, empati dan daya tanggap responden menyatakan cukup setuju bahwa indikator diatas memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia.

2. Komunikasi *Customer Service*

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel komunikasi *customer service* sebagai berikut:

Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Komunikasi *Customer Service*

No	Pernyataan	STS		TS		KS		S		SS		Nilai	Tafsir
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	F(X)	[n=F(X)/n]
1	Saya merasa senang dan terbuka berkomunikasi dengan karyawan Sentra Grafika Kompumedia	0	0	6	6.3	18	18.8	43	44.8	29	30.2	383	4.07

	edia												
2	Saya merasa karyawan Sentra Grafika Kompum edia menanggapi keluhan pelanggan dengan baik.	0	0	7	7.3	19	19.8	49	51	21	21.9	372	3.96
3	Saya mendapat respon yang cepat ketika dalam masalah.	0	0	6	6.3	22	22.9	49	51	19	19.8	369	3.93
4	Saya mendapat informasi dengan cepat ketika ada perubahan kebijakan di Sentra Grafika Kompum edia	0	0	6	6.3	19	19.8	41	42.7	30	31.3	383	4.07
5	Saya berusaha menghargai pendapat orang lain.	0	0	4	4.2	19	19.8	54	56.3	19	19.8	376	4.00

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4.3. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel komunikasi *customer service* yang terdiri dari indikator keterbukaan, dukungan, rasa positif dan kesetaraan responden menyatakan setuju bahwa indikator tersebut memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sentra Grafika Kompumedia.

3. Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	STS		TS		KS		S		SS		Nilai	Tafsir
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	F(X)	[n=F(X)/n]
1	Saya puas ketika Sentra Grafika Kompumedia menangani keluhan dengan cepat.	0	0	6	6.3	18	18.8	43	44.8	29	30.2	383	4.07
2	Saya bersedia merekomendasikan Sentra Grafika Kompumedia kepada orang lain	0	0	6	6.3	19	19.8	41	42.7	30	31.3	383	4.07
3	Saya akan melakuk	0	0	4	4.2	19	19.8	54	56.3	19	19.8	376	4.00

	an pembelian ulang dimasa depan di Sentra Grafika Kompumedia												
4	Saya puas dengan <i>fast respon customer service</i> Sentra Grafika Kompumedia dalam melayani saya.	0	0	6	6.3	19	19.8	41	42.7	30	31.3	383	4.07
5	Saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan Sentra Grafika Kompumedia	0	0	4	4.2	19	19.8	54	56.3	19	19.8	376	4.00

Sumber: Hasil: Data diolah, 2023

Tabel 4.5. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel kepuasan pelanggan yang terdiri dari indikator pembelian ulang, konfirmasi harapan, dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain responden menyatakan setuju jika pelanggan merasa puas pada Sentra Grafika Kompumedia.

4.1.4 Hasil 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

Uji validitas digunakan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur itu bisa mengukur apa yang ingin diukur. Guna melihat valid atau tidaknya sebuah data maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan $\alpha = 0,05$. dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N oleh karena itu $N = 96$, maka derajat bebasnya adalah $n-2 = 96$. Nilai r tabel pada $df = 94$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0.20. Untuk melihat tingkat validitas semua item pernyataan untuk setiap variabel dapat dilihat pada tabel-tabel di bawah ini:

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	0,610	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$

	pembayaran.			
5	Karyawan Sentra Grafika Kompumedia membantu kesulitan Ketika pelanggan mengalami kesulitan	0,713	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,20$

Sumber: Data diolah, 2023

Data pada tabel 4.6 di atas terlihat bahwa semua item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel} 0,20$ sehingga pernyataan tentang variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi *Customer Service*

No	Item	r_{hitung}	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 $r_{hitung} > 0,20$

Sumber: Data diolah, 2023

Data pada tabel 4.7 di atas terlihat bahwa semua item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,20 sehingga pernyataan tentang variabel komunikasi *customer service* dinyatakan valid.

Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

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 $r_{hitung} > 0,20$

Sumber: Data diolah, 2023

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

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan bila alat pengukur tersebut digunakan berkali-kali untuk

mengukur gejala yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang atas pertanyaan yang disampaikan konsisten dari waktu ke waktu. Dikatakan handal (*reliabel*) jika memiliki koefisien keandalan atau *cronbach's alpha* sebesar 0,60 atau lebih. Di bawah ini penulis sajikan daftar *Cronbach Alpha* untuk semua variabel penelitian yang ada baik variabel bebas maupun variabel terikatnya atas dasar perhitungan dengan menggunakan SPSS.

Tabel 4.9. 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 $\alpha > 0,60$

Sumber: Data diolah, 2023

Data pada tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel atau handal.

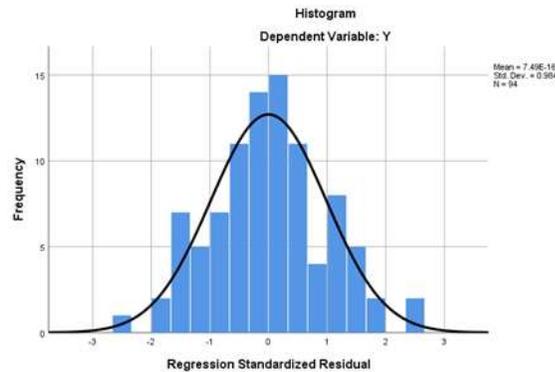
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik

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 perlu dilakukan sebelum 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. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa bahwa nilai residual harus mengikuti distribusi normal. Uji ini dapat dilakukan dengan pendekatan histogram, maupun pendekatan uji *Kolmogorv-Smirnov*. Dengan menggunakan analisis *Kolmogorov Smirnov*, data residual dikatakan berdistribusi

normal bila nilai Asymp Sig (2-tailed) > taraf nyata ($\alpha = 5\%$). Adapun uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan histogram, hasilnya seperti terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas Histogram

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 4.11. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

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 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 $\text{tolerance} > 0,10$ atau $\text{VIF} < 5$. Di bawah ini disampaikan hasil uji multikolinieritas dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) nya.

Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas

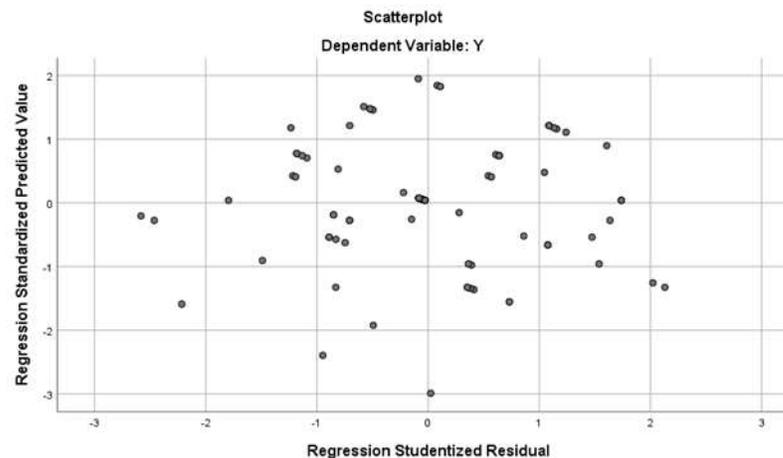
Variabel	COLLINEARITY STATISTICS			
	Tolerance		VIF	
	Hasil	Simpulan	Hasil	Simpulan
Kualitas Pelayanan	.977	$> 0,10$	1.023	< 5
Komunikasi CS	.977	$> 0,10$	1.023	< 5

Sumber: Data diolah, 2023

Pada tabel 4.12 di atas, menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* $> 0,10$ serta nilai $\text{VIF} < 5$ yang berarti variabel bebas tidak terjadi masalah multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan pendekatan grafik.



Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Grafik 4.2 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 memprediksi kepuasan konsumen berdasarkan masukan variabel independennya.

Tabel 4.13. 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 4.13 di atas, nilai signifikansi $> 0,05$ artinya variabel tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.1.6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan dan komunikasi *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Sentra Grafika Kompumedia. Adapun hasil pengujian disajikan pada tabel dibawah ini.

1. Persamaan Regresi Linear Berganda

Hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*, didapat pada *Coefficients* dari tabel tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 4.14. Hasil Uji Regresi Linear 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 tabel 4.14 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 pelanggan 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. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

Uji hipotesis secara simultan bertujuan untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan dan komunikasi *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Sentra Grafika Kompumedia. Adapun hasil pengujian disajikan pada tabel Anova dibawah ini.

Tabel 4.15. 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 tabel 4.15 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)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk melihat seberapa besar variabel kualitas pelayanan dan komunikasi *customer service* mempengaruhi kepuasan pelanggan, hasil pengujian disajikan pada tabel model summary dibawah ini.

Tabel 4.16. 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. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

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 4.17. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

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 4.17 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 4.17 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

5. Pengaruh Dominan

Guna mengetahui variabel bebas mana yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikat adalah dengan cara melihat nilai *Standardized Coefficients*, berdasarkan hasil perhitungan nilai terbesar terdapat pada variabel komunikasi *customer service* yaitu 0.849, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi *customer service* merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Sentra Grafika Kompumedia.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

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.

Selain itu, variabilitas dalam kualitas pelayanan juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Jika PT. Sentra Grafika Kompumedia tidak mampu menjaga konsistensi dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik, pelanggan mungkin merasa sulit untuk membentuk persepsi yang konsisten terhadap perusahaan tersebut. Ketidakpastian mengenai kualitas pelayanan yang akan diterima setiap kali berinteraksi dengan perusahaan dapat memengaruhi cara pelanggan mengevaluasi dan merasakan kepuasan mereka.

Selain itu, ada kemungkinan bahwa faktor-faktor lain yang lebih dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Sentra Grafika Kompumedia. Misalnya, harga produk atau layanan, kualitas produk itu sendiri, atau faktor-faktor personal seperti preferensi individual dan harapan pelanggan dapat memainkan peranan yang lebih besar dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dalam menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin menjadi penentu utama kepuasan pelanggan di PT. Sentra Grafika Kompumedia.

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. Kondisi awal kepuasan pelanggan, variabilitas kualitas pelayanan, dan faktor-faktor lain seperti harga produk dan preferensi individual mungkin memainkan peranan penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap upaya mereka dalam meningkatkan

kualitas pelayanan, serta mempertimbangkan faktor-faktor lain yang relevan untuk memenuhi harapan pelanggan dan mencapai kepuasan pelanggan yang lebih baik.

4.2.2. Pengaruh Komunikasi *Customer Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan

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.

Selain itu, komunikasi yang baik juga dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Dalam interaksi dengan customer service yang ramah, sopan, dan membantu, pelanggan akan merasakan adanya hubungan emosional yang positif dengan perusahaan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap PT. Sentra Grafika Kompumedia, serta memberikan rasa yakin bahwa mereka akan mendapatkan dukungan dan solusi yang memadai jika terjadi masalah atau ketidakpuasan.

Lebih lanjut, 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.

Secara keseluruhan, pentingnya komunikasi customer service yang efektif tidak boleh diabaikan dalam mencapai kepuasan pelanggan di PT. Sentra Grafika Kompumedia. Komunikasi yang baik dapat membantu memahami kebutuhan pelanggan, membangun

hubungan yang positif, serta memberikan dukungan dan solusi yang tepat. Dengan meningkatkan kualitas komunikasi dengan pelanggan, PT. Sentra Grafika Kompumedia dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.