J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah
Vol.4, No.3, April 2025

# Pengaruh Pelatihan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Kasoem Group

**Vivi Sukma Dewi[1], Iwan Asmadi[2], Bambang, Haryono[3]**
[1,2,3]Universitas Bina Sarana Informatika
E-mail: vivisukmadewiiii@gmail.com[1], iwan.iad@bsi.ac.id[2], bambang.bhy@bsi.ac.id[3]

**Article History:**
Received: 10 Februari 2025
Revised: 21 Maret 2025
Accepted: 27 Maret 2025

**Keywords:** *Pelatihan, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

***Abstract:*** *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pelatihan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Kasoem Group, Baik secara simultan maupun secara parsial. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh, Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan atau frontliner PT Kasoem Group yaitu berjumlah 40 karyawan. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden, dengan menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner. Sifat penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode analisa data yang digunakan antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana dan persamaan regresi berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Pelatihan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dengan hasil uji $^{t}$hitung = 3,178 sedangkan $^{t}$tabeel = 2,024 ($^{t}$hitung > $^{t}$tabel) dengan taraf signifikansi 0,003 $^{t}$tabel) deengan taraf signifikansi 0,002 < 0,050, Pelatihan dan Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dengan hasil uji $f_{hitung}$ = 7,198 sedangkan $f_{tabel}$ = 3.25 ($^{t}$hitung > $^{t}$tabel) dengan taraf signifikansi 0,002 < 0,050. Kontribusi pengaruh Pelatihan dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 60,9% sedangkan sisanya seebeesar 39,1% dipengaruhi oleeh faktor lain*

## PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai bentuk respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi atau digunakan. Kepuasan pelanggan adalah bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan dapat dipenuhi (Asmadi, 2017). Mendapatkan kepuasan pelanggan dapat bermanfaat bagi bisnis dalam beberapa hal, seperti meningkatkan hubungan perusahaan-pelanggan, menciptakan fondasi yang kuat untuk kepuasan pelanggan, dan mendorong rekomendasi positif dari mulut ke mulut yang akan mendorong pelanggan untuk membeli atau menggunakan layanan bisnis (Sambodo Rio Sasongko, 2021)

Salah satu faktor utama yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Pelatihan karyawan di sini memegang peran penting dalam mengembangkan kemampuan teknis maupun keterampilan interpersonal mereka, sehingga mereka dapat memberikan pelayanan yang sesuai standar perusahaan dan ekspektasi pelanggan (Nurachmah et al., 2024). Pelatihan kerja adalah proses metodis untuk mengubah perilaku karyawan untuk mencapai tujuan organisasi (Lestari & Afifah, 2021)

Pelatihan karyawan telah diidentifikasi sebagai elemen penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Pelatihan karyawan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis mereka, tetapi juga memperkaya pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap proses standard service layanan (Gultom et al., 2024)

Pengalaman pelanggan dapat mencerminkan citra perusahaan secara keseluruhan. Jika pelanggan mengalami pelayanan yang baik, mereka cenderung memandang positif terhadap Perusahaan. Sebaliknya, pengalaman buruk dapat merugikan reputasi Perusahaan. Kualitas pelayanan adalah sebagai sesuatu yang melampaui harapan dalam hal orang, proses, keadaan lingkungan yang dinamis, dan layanan (Agiesta et al., 2021)

PT Kasoem, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang layanan kesehatan dan retail produk optik, menyadari pentingnya meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan karyawan. Pelatihan ini mencakup peningkatan kompetensi teknis dan pelayanan prima, yang diharapkan mampu berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Namun, sejauh mana efektivitas dari pelatihan dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di PT Kasoem belum diketahui secara pasti dan perlu dibuktikan secara ilmiah.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pelatihan

Menurut Kaswan, pelatihan merupakan Proses meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pekerja disebut pelatihan. mendeskripsikan pelatihan sebagai sebuah lingkungan di mana pekerja dapat belajar atau mengembangkan sikap, keterampilan, kemampuan, pengetahuan, dan perilaku yang berhubungan dengan pekerjaan. Perubahan sikap dan perilaku yang terjadi selama proses ini sangat penting karena karena jika sikap dan perilaku karyawan tidak membaik dan kinerjanya tidak meningkat, maka penguasaan informasi dan keterampilan maka akan memperngaruhi dalam aktivitas pekerjaan (Kaswan, *Pelatihan dan Pengembangan untuk Meningkatkan Kinerja SDM* (Bandung: Alfabeta, 2016))

Pelatihan adalah serangkaian tindakan yang dimaksudkan untuk meningkatkan pengalaman seseorang dengan keterampilan, keahlian, pengetahuan baru, dan perubahan sikap. Peran atau fungsi yang menjadi tanggung jawab sumber daya manusia saat ini terkait dengan peningkatan keterampilan dan pengetahuan mereka. Meningkatkan kinerja individu dalam peran atau fungsi mereka saat ini adalah tujuan dari program pelatihan. Oleh karena itu, tujuan pelatihan adalah untuk meningkatkan penguasaan berbagai kemampuan dan prosedur untuk melaksanakan kinerja yang tepat, cermat, dan teratur. Untuk mencapai penguasaan atau peningkatan keterampilan, proses pelatihan berfokus pada pelaksanaan pekerjaan dan penerapan informasi dan pemahaman (Agustin Rozalena dan Sri Komala Dewi, *Panduan Praktis Menyusun Pengembangan Karier dan Pelatihan Karyawan*, (Jakarta: Raih Asa Sukses, 2016), hal. 108 – 109).

Menurut pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pelatihan adalah sebagai suatu proses pendidikan atau kegiatan yang dilakukan secara sistematis dan terorganisasi dalam jangka waktu pendek dengan tujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keahlian karyawan. Proses ini berfokus pada penguasaan kemampuan teknis atau spesifik yang dibutuhkan untuk

melaksanakan tugas-tugas tertentu sesuai dengan kebutuhan organisasi. Pelatihan dirancang untuk membantu karyawan meningkatkan kompetensinya secara langsung sehingga dapat diaplikasikan dalam pekerjaan mereka saat ini, serta mendukung pencapaian tujuan organisasi secara efektif.

**Pelayanan**

Menurut pendapat Fandy Tjiptono, kualitas pelayanan mengacu pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan serta apakah layanan yang diperoleh atau dialami sesuai dengan yang diharapkan (Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022) *Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran*, 211-224)

Kualitas pelayanan adalah suatu hal yang dapat membantu menyeimbangkan harapan pelanggan, kualitas layanan bertujuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan akan barang dan jasa serta ketepatan penyampaiannya (Marwa, N. (2018). *Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*, 312-318.).

Menurut pendapat Lupiyoadi dan Hamdani, untuk meningkatkan kolaborasi dengan pelanggan, layanan pelanggan mencakup berbagai aspek dalam bisnis, mulai dari pemesanan dan pemrosesan hingga mengkomunikasikan hasil layanan. Disisi lain, menyatakan bahwa pelayanan pelanggan adalah setiap usaha yang menguntungkan yang dilakukan oleh tim atau organisasi yang memberikan kepuasan meskipun hasilnya tidak secara langsung terkait dengan barang yang berwujud (Haq, 2022)

Dari beberapa pendapat ahli di atas, pelayanan dapat disimpulkan suatu tindakan, kegiatan, atau sistem yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain atau masyarakat dengan cara yang terorganisasi. Pelayanan dapat berupa penyediaan produk atau jasa yang tidak berwujud, yang diberikan untuk mencapai kepuasan konsumen dengan memenuhi harapan mereka. Pelayanan juga mencakup berbagai aktivitas mulai dari pemesanan hingga penyampaian hasil, dilakukan untuk menciptakan nilai tambah dan menjalin hubungan yang lebih erat antara pemberi pelayanan dan penerima layanan.

**METODE PENELITIAN**

Secara teori, tujuan penelitian adalah untuk menemukan solusi. Masalah adalah ketika apa yang sebenarnya terjadi menyimpang dari apa yang seharusnya. Untuk mengidentifikasi masalah melalui fakta-fakta, penelitian kuantitatif dimulai dengan pemeriksaan awal terhadap subjek yang sedang diteliti. Selain itu, perumusan masalah khusus dibuat, biasanya dalam bentuk kalimat tanya, untuk mengatasi masalah dengan tepat (Balaka, 2022). Peneliti dapat membaca sumber-sumber teori yang relevan untuk menjawab rumusan masalah sementara (hipotesis). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelatihan dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kasoem Group.

Populasi adalah wilayah dari suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karateristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga peniliti dapat membuat kesimpulan (Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: CV. Alfabeta), 2018. Hlm. 130). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan atau frontliner PT Kasoem Group yang telah memberikan pelayanan dan juga mengikuti pelatihan tertentu, untuk memberikan kepuasan pelanggan dengan jumlah popluasi 40.

Sampel adalah bagian dari ukuran dan fitur populasi oleh karena itu, sampel harus secara akurat mencerminkan populasi yang sedang dipelajar (Arikunto, *Prosedur Penelitian,* (Jakarta: Rineka Cipta), 2019. Hlm. 109). Dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk dipelajari atau diamati. Peneliti dapat melakukan ekstrapolasi secara lebih

efektif dan ekonomis dari sampel ke populasi dengan menggunakan sampel. Untuk memberikan gambaran yang akurat tentang seluruh populasi, sampel harus dipilih dengan cermat, dan menggunakan sampel yang tidak representatif dapat menghasilkan ekstrapolasi yang tidak akurat dari temuan penelitian. Dengan menggunakan pendekatan Sampling Jenuh (Sampling Sensus), sampel penelitian ini seluruhnya terdiri dari karyawan. Menggunakan setiap anggota populasi sebagai sampel dikenal sebagai sampling jenuh (Waworuntu et al., 2022). Sehingga dalam penelitian ini peniliti akan menggunakan sample jenuh dengan jumlah 40 sampel karena jumlah karyawan tidak lebih dari 100 orang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Regresi Linier Sederhana & Berganda

Menurut Sugiyono (2019), regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini hasil pengolahan regresi dengan spss yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Pelatihan ($X_1$) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | 8,315 | 3,664 | | 2,270 | ,029 |
| | Pelatihan | ,466 | ,147 | ,458 | 3,178 | ,003 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: olah data spss

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi Y = 8,315 + 0,466 $X_1$**.** Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 8,315 diartikan bahwa jika variabel pelatihan tidak ada maka telah terdapat nilai variabel kepuasan pelanggan sebesar 8,315 *point*.
2. Nilai koefisien regresi pelatihan sebesar 0,466 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel pelayanan maka setiap perubahan 1unit pada variabel pelatihan akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,466 *point*

**Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Pelayanan ($X_2$) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | 8,919 | 3,331 | | 2,677 | ,011 |
| | Pelayanan | ,447 | ,135 | ,474 | 3,315 | ,002 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: olah data spss

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi Y = 8,919 + 0,447 $X_2$**.** Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 8,919 diartikan bahwa jika variabel pelayanan tidak ada maka telah terdapat nilai variabel kepuasan pelanggan sebesar 8,919 *point*.
2. Nilai koefisien regresi pelayanan sebesar 0,447 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel pelatihan maka setiap perubahan 1unit pada variabel pelayanan akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,477 *point*

**Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Variabel Pelatihan ($X_1$) dan Pelayanan ($X_2$) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | 5,382 | 3,866 | | 1,392 | ,172 |
| | Pelatihan | ,288 | ,170 | ,283 | 1,692 | ,099 |
| | Pelayanan | ,300 | ,158 | ,318 | 1,899 | ,065 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Olah data SPPS

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi linier berganda pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 5{,}382 + 0{,}288X_1 + 0{,}300X_2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 5,382 diartikan bahwa jika variabel pelatihan dan pelayanan tidak dipertimbangkan maka variabel kepuasan pelanggan hanya akan bernilai sebesar 5,382 *point*.
2. Nilai variabel pelatihan 0,288 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel pelayanan, maka setiap perubahan 1unit pada variabel pelatihan akan mengakibatkan terjadinya kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,288 *point*.
3. Nilai variabel pelayanan 0,300 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel pelatihan, maka setiap perubahan 1unit pada variabel pelayanan akan mengakibatkan terjadinya kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,300 *point*

**Uji Hipotesis Parsial (Uji t)**

Pengujian hipotesis variabel pelatihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dilakukan dengan uji t (uji secara parsial). Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) dengan membandingkan antara nilai *t hitung* dengan $t_{tabel}$ yaitu sebagai berikut:

1 Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$: berarti $H_0$ diterima dan $H_1$ ditolak

2 Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$: berarti $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima

Adapun untuk menentukan besarnya nilai $t_{tabel}$ dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut: $t_{tabel}$ = tα.df (*Taraf Alpha x Degree of Freedom*)

α = tarif nyata 5%

df = (n-2), maka diperoleh (40-2) = 38, maka $t_{tabel}$ = 2.02439.

Kriteria dikatakan signifikan jika nilai *t hitung>t tabel* atau *value* < *Sig*.0,05.

**Table 4. Hasil Uji Hipotesis Persial (Uji t) Variabel Pelatihan ($X_1$) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | 8,315 | 3,664 | | 2,270 | ,029 |
| | Pelatihan | ,466 | ,147 | ,458 | 3,178 | ,003 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: olah data spss

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai *t hitung>t tabel* atau (3,178 > 2,024) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai *ρ value<Sig*.0,050 atau (0,003 < 0,050). Dengan demikian maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pelatihan terhadap variabel kepuasan pelanggan

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Persial (Uji t) Variabel Pelayanan ($X_2$) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | 8,919 | 3,331 | | 2,677 | ,011 |
| | Pelayanan | ,447 | ,135 | ,474 | 3,315 | ,002 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: olah data spss

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai *t hitung>t tabel* atau (3,315 > 2,024) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai *ρ value<Sig*.0,050 atau (0,002 < 0,050). Dengan demikian maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan

**Uji Hipotesis Simultan (Uji F)**

Kriteria hipotesis diterima atau ditolak yakni dengan membandingkan antara nilai $F_{hitung}$ dengan $F_{tabel}$ menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima.
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka $H_0$ diterima dan $H_a$ ditolak.

Dengan membandingkan kedua nilai tersebut, maka akan diketahui pula pengaruhnya (diterima atau ditolaknya hipotesis). Untuk kriteria keputusannya yakni:

1. $H_0$ ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
2. $H_0$ diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Untuk menentukan besarnya $F_{tabel}$ dicari dengan ketentuan df = (n-k-1), maka diperoleh (40-2-1) = 37, jadi $F_{tabel}$ = 3,25. Kriteria dikatakan signifikan jika nilai *F hitung> $F_{tabel}$* atau *ρ value < Sig.0,050.* Rumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F) Pelatihan ($X_1$) Dan Pelayanan ($X_2$) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 69,911 | 2 | 34,956 | 7,198 | ,002[b] |
| | Residual | 179,689 | 37 | 4,856 | | |
| | Total | 249,600 | 39 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Pelatihan

Sumber: olah data spss

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai *F hitung*> F*tabel* atau (7,198>3,25), hal ini juga diperkuat dengan *ρ value*<*Sig*.0,050 atau (0,002< 0,050). Dengan demikian maka $H_0$ ditolak dan $H_3$ diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel pelatihan dan pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

**Uji Koefisien Determinasi Simultan**

Berikut ini hasil perhitungan koefisien determinasi secara simultan yang diolah dengan program spss:

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi Pelatihan ($X_1$) Dan Pelayanan ($X_2$) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ,780[a] | ,609 | ,588 | 1,102 |

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Pelatihan

Sumber: olah data spss

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi 0,609 maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelatihan dan pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 60,9% sedangkan sisanya sebesar 39,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian

**Pembahasan Penilitian**

1. Pengaruh Pelatihan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

   Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi Y = 8,315 + 0,466 $X_1$. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (3,178 > 2,024). Dengan demikian $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan variabel pelatihan terhadap variabel kepuasan pelanggan
2. Pengaruh Pelayanan ($X_2$) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

   Beerdasarkan hasil analisis, dipeeroeleeh nilai peersamaan reegreesi Y = 8,919 + 0,447 X2. Uji hipoeteesis dipeeroeleeh nilai t hitung > t tabeel atau (3,315 > 2,024). Deengan deemikian H0 ditoelak dan H1 diteerima artinya teerdapat peengaruh yang signifikan variabel pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Pelatihan ($X_1$) Dan Pelayanan ($X_2$) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

   Beerdasarkan hasil peeneelitian, meenunjukkan bahwa variabel pelatihan dan pelayanan beerpeengaruh signifikan teerhadap variabel kepuasan pelanggan deengan dipeeroeleeh peersamaan reegreesi Y = 5,382 + 0,288X1 + 0,300X2. Nilai koeeefisieen deeteerminasi atau koentribusi peengaruhnya seecara simultan seebeesar 0,609 atau sebesar 60,9% seedangkan sisanya seebeesar 39,1% dipeengaruhi oeleeh faktoer lain. Uji hipoeteesis dipeeroeleeh nilai F hitung>F tabeel atau (7,198 > 3,25). Deengan deemikian H0 ditoelak dan H3 diteerima. Artinya teerdapat peengaruh yang signifikan seecara simultan variabel pelatihan dan pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan tentang "Pengaruh Pelatihan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Kasoem Group.", maka hal-hal yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel pelatihan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dengan hasil uji $t_{hitung}$ = 3,178 sedangkan $t_{tabel}$ = 2,024 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikansi 0,003<0,050, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelatihan terhadap kepuasan pelanggan atau dengan kata lain $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima.
2. Variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dengan hasil uji $t_{hitung}$ = 3,315 sedangkan $t_{tabel}$ = 2,024 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikansi 0,002 < 0,050, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan atau dengan kata lain $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima.
3. Variabel pelatihan dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dengan hasil uji f $_{hitung}$ = 7,198 sedangkan $f_{tabel}$ = 3.25 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikansi 0,002 < 0,050, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelatihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan atau dengan kata lain $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima.

## DAFTAR PUSTAKA

Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *5*(2), 1653–1664.

Asmadi, I. (2017). Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. In *Widya Cipta: Vol. I* (Issue 2).

Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, *1*, 130.

Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, *3*(1), 211–224.

*Georges_Pon_Traduction_edition_erudition*. (n.d.).

Gultom, J. A., Maruli, S., Pandiangan, T., Silitonga, M., Sinurat, W., Naibaho, R., Teknik, A., Serdang, D., Unggulan, P., Mandiri, C., Produk, K., Linier, R., & Manufaktur, I. (2024). *Pengaruh Pelatihan Kerja Karyawan Terhadap*. *5*(1), 14–18.

Haq, A. A. (2022). Penggunaan Aplikasi Pln Mobile Sebagai Sarana Komunikasi Digital dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, *2*(7), 1192–1200. https://doi.org/10.36418/comserva.v2i07.447

Lestari, S., & Afifah, D. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Kinerja*, *3*(1), 93–110. https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i1.1279

Nurachmah, W., Asmadi, I., & Haryono, B. (2024). Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan PT. Mitra Semesta International. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, *3*(6), 234–243. https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.4186

Rozalena, A. dan D. (2016). *Panduan Praktis Menyusun Pengembangan Karier dan Pelatihan. Jakarta : Raih Asa Sukses.* Jakarta: Raih Asa Sukses.

S.A, S. (2019). Penawaran Pembiayaan di Bank Umum Syariah Devisa. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 44–55.

Safitri, D. E. (2019). Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Dimensi*, *8*(2), 240–248. https://doi.org/10.33373/dms.v8i2.2154

Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *3*(1), 104–114. https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707

Waworuntu, V. A., Taroreh, R. N., & Lumintang, G. G. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Wanita Dan Komunikasi Wanita Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Chas Gas Adhikarya Manado. *Emba*, *10*(4), 1761–1768.