

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STRATEGI PEMASARAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA KONTRUKSI PADA PT KARYA HARMONI OASIS

Hendra Jonathan Sibarani¹, Serly², Jeslyn Florencia³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia^{1,2,3}

Email: hendrajonathansibarani@unprimdn.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pengguna jasa konstruksi pada PT Karya Harmoni Oasis. Keputusan pengguna jasa konstruksi yang mengalami penurunan yang diakibatkan kualitas pelayanan yang belum optimal, strategi pemasaran yang masih belum menarik, kepercayaan konsumen yang mengalami penurunan. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Jumlah populasi sebanyak 149 pelanggandan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan sebanyak 109 pelanggan dan menggunakan teknik pengumpulansampel yaitu sampling jenuh. Metode analisis menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,203 > 1,983$ dan signifikan yang diperoleh $0,046 < 0,05$, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,298 > 1,983$ dan signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,552 > 1,983$ dan signifikan yang diperoleh $0,001 < 0,05$, berarti secara parsial Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna Jasa Kontruksi pada PT Karya Harmoni Oasis. Hasil pengujian diperoleh nilai $F_{hitung} (21,710) > F_{tabel} (2,69)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti secara simultan Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Kontruksi pada PT Karya Harmoni Oasis

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Penggunaan Jasa