

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

**Hendra Jonathan Sibarani<sup>1</sup>, Serly<sup>2</sup>, Jeslyn Florencia<sup>3</sup>**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia<sup>1,2,3</sup>  
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 kontruksi 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 pelanggan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan sebanyak 109 pelanggan dan menggunakan teknik pengumpulansampel yaitu sampling jenuh. Metode analis 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**