

BAB IV

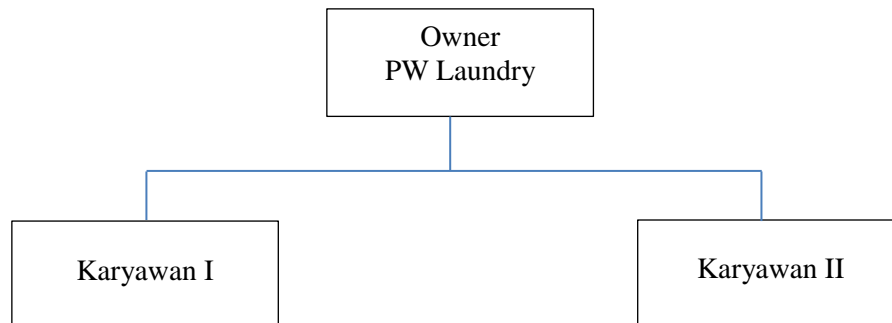
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Perusahaan PW Laundry

PW Laundry merupakan salah satu jasa laundry yang beralamat di Jalan Labuhan Kotapinang, Kecamatan Kotapinang Kab. Labuhanbatu Selatan merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang cuci pakaian, PW laundry berdiri sejak tahun 2018, salah satu pelopor berdirinya perusahaan laundry di Kotapinang.

2. Struktur Organisasi PW Laundry



3. Job Deskripsi

Tugas-tugas dari setiap jabatan, yaitu sebagai berikut :

1. Pemilik Usaha : Sebagai orang yang bertanggung jawab penuh atas job dan hasil yang diberikan.
2. Karyawan I : Sebagai orang yang bertanggung jawab atas pesanan pelanggan, tugas nya sebagai resepsionis laundry yang menerima pelanggan, menandai barang konsumen,

memberikan tiket pesanan dan menimbang kain yang ingin di laundry konsumen.

3. Karyawan II : Sebagai orang yang mengecek barang konsumen ketika di cuci, di jemur, disetrika hingga packing akhir.

2. Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen PW Laundry dideskripsikan berdasarkan Jenis Kelamin, Umur, dan Pekerjaan.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	12	40 %
Perempuan	18	60 %
Total	30	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 diperoleh bahwa mayoritas responden adalah Perempuan yaitu 18 orang atau 60 %, sedangkan laki-laki 12 orang atau 40 %.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Jenis Pendidikan	Jumlah	Persentase
<15 Tahun	0	0 %
16 – 20 Tahun	4	13 %

21 – 30 Tahun	17	57 %
< 31 Tahun	9	30 %
Total	30	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 diperoleh bahwa untuk umur responden yang terbanyak umur antara 21 sampai 30 tahun sebanyak 17 orang atau 57 %.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Umur	Jumlah	Persentase
Mahasiswa/Pelajar	0	0 %
PNS	3	10 %
Pegawai Swasta	16	53 %
TNI/Polri	1	3 %
Wirausaha	10	34 %
Total	30	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3 diperoleh berdasarkan Pekerjaan responden yang terbanyak adalah Pegawai Swasta sebanyak 16 orang atau 53 %.

1. Deskriptif Variabel Penelitian

a. Deskriptif Jawaban Responden Tentang Harga

Harga adalah sesuatu nilai yang harus dibayar konsumen akibat pembelian atau pemakaian jasa, Harga yang bersaing dapat menjadi salah satu indikator konsumen memutuskan untuk menggunakan Jasa PW Laundry, harga yang relatif dan bersaing juga dapat menjadi salah satu kepuasan konsumen menggunakan jasa PW Laundry.

Deskriptif tentang Harga pada PW Laundry dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Tentang Harga

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	6	20	20	67	2	7	1	3	1	3	30	100
2	5	16	18	60	4	13	2	7	1	3	30	100
3	2	7	25	83	1	3	1	3	1	3	30	100
4	2	7	25	83	1	3	1	3	1	3	30	100
5	2	7	26	87	2	7	1	3	1	3	30	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

b. Deskriptif Jawaban Responden tentang Kualitas Pelayanan

Kegiatan Pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan pembelian/penggunaan jasa PW Laundry dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	5	17	14	47	7	23	2	7	2	7	30	100
2	9	30	11	37	5	17	4	13	1	3	30	100
3	10	33	10	33	5	17	3	10	2	7	30	100

4	7	23	10	33	6	20	4	13	3	10	30	100
5	9	30	11	37	5	17	4	13	1	3	30	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2021

c. Deskriptif jawaban responden tentang Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Tanggapan responden mengenai promosi pada PW Laundry dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Tentang Promosi

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	7	23	10	33	6	20	4	13	3	10	30	100
2	9	30	11	37	5	17	4	13	1	3	30	100
3	9	30	11	37	5	17	4	13	1	3	30	100
4	10	33	10	33	5	17	3	10	2	7	30	100
5	7	23	10	33	6	20	4	13	3	10	30	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

d. Deskriptif Jawaban Responden Tentang Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang telah muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk dengan apa yang diharapkan konsumen, dalam hal ini konsumen sudah merasakan kepuasan terhadap pelayanan PW laundry..

Deskriptif tentang kepuasan konsumen pada PW Laundry dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7
Tanggapan responden tentang Kepuasan Konsumen

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	11	37	5	17	9	30	4	13	1	3	30	100
2	13	43	6	20	5	17	3	10	3	10	30	100
3	9	30	11	37	5	17	4	13	1	3	30	100
4	6	20	13	43	5	17	3	10	3	10	30	100
5	5	17	10	33	7	23	5	17	3	10	30	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2021

2. Analisis Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas melihat apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak.

Cara yang sering digunakan dalam uji normalitas yaitu :

- Tampilan Grafik Histogram

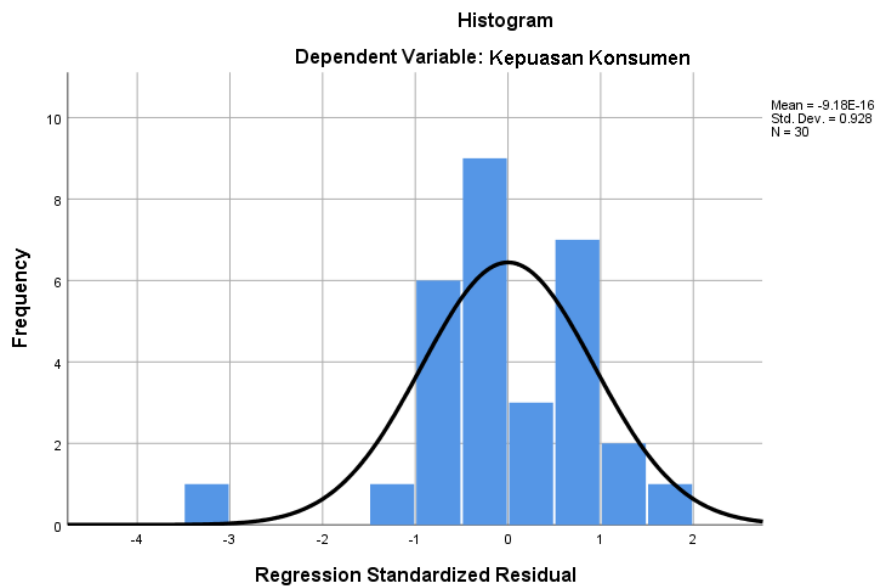
Tampilan grafik histogram yang memberikan pola distribusi normal akan menyebar secara merata ke kiri dan kekanan.

- Grafik Normal PP Plot.

Jika Grafik Normal Plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas. Berikut ini adalah Grafik Histogram dan Grafik Normal Pp

Plot yang digunakan untuk melihat apakah model regresi bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak.

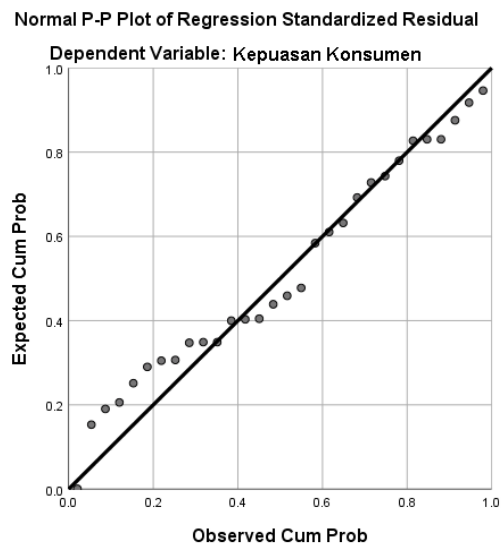
Gambar 4.1
Grafik Histogram



Karena menyebar secara merata ke kiri dan ke kanan, serta terbentuk bentuk lonceng. Hal ini menunjukkan bahwa regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal.

Berikut ini adalah grafik histogram dan grafik normal pp plot yang digunakan untuk melihat apakah model regresi bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak.

Gambar 4.2
Grafik Normal P-P Plot



Pada Gambar P-P Plot diatas ini terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari grafik ini dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas, Sehingga menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidak nya variabel independent yang memiliki kemiripan dengan variabel independent lainnya dalam satu model yang dapat menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara variabel independent tersebut.

Perhitungan uji independen antar variabel bebas dapat dilihat dari hasil analisis collinearity statistik.

Multikolinieritas terjadi apabila (1) nilai *tolerance* (*Tolerance* < 0.10 dan (2) *Variance inflation faktor* (*VIF* > 10). Hasil pengujian untuk uji multikolinieritas ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 4.9
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.132	5.142
	Kualitas Pelayanan	.365	2.745
	Fasilitas	.215	3.582
	Harga	.491	2.481

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

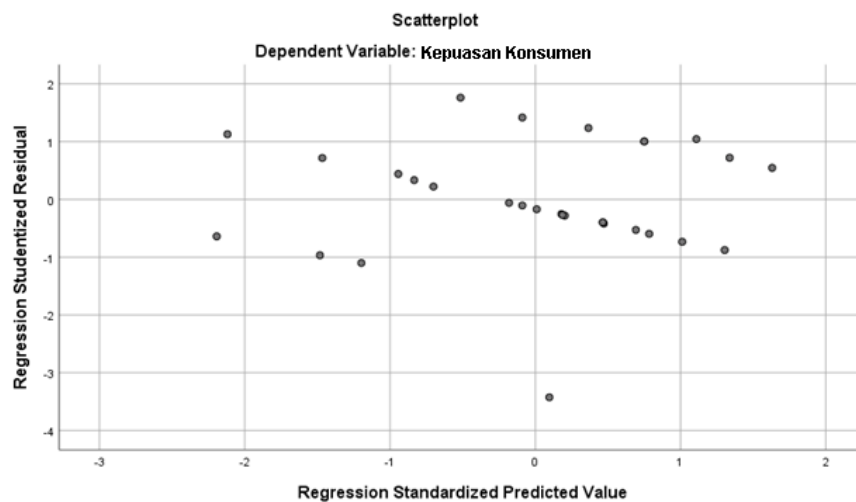
Berdasarkan Hasil Pengujian pada Tabel 4.9 di atas diketahui nilai Tolerance variabel Harga adalah 0,132 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 5,142 lebih kecil dari 10, nilai Tolerance variabel Kualitas Pelayanan adalah 0,365 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,745 lebih kecil dari 10, nilai Tolerance variabel Promosi adalah 0,215 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 3,581 lebih kecil dari 10, nilai Tolerance variabel Harga adalah 0,491 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,481 lebih kecil dari 10. Hal ini berarti tidak terjadi problem multikolinieritas atau korelasi yang tinggi antar faktor yang terbentuk.

c. Uji Heteroskedaritas

Uji heteroskedaritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak mengalami gejala heteroskedaritas, dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain, hal ini disebut homoskedaritas. Hasil pengujian heteroskedaritas dengan menggunakan metode gambar dapat dilihat pada Gambar 4.3 sebagai berikut :

Gambar 4.3

Uji Heteroskedaritas



Berdasarkan Gambar 4.3 terlihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol,serta tidak membentuk pola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Persamaan Regresi Hipotesis Penelitian ini tidak terdapat unsur Heteroskedaritas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Berganda

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14.411	4.948		2.912	.007
	Harga	.110	.104	.344	2.569	.036
	Kualitas Pelayanan	.113	.091	.226	1.741	.026
	Promosi	.099	.146	.118	1.823	.010
	Harga	.191	.085	.397	2.252	.033

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel 4.10 maka dapat dibuat persamaan yaitu :

$$Y = 14,411+0,110+0,113+0,191$$

Koefisien Regresi Harga menunjukkan Hubungan Positif terhadap Kepuasan Konsumen dengan Nilai Koefisien sebesar 0,110. Berarti setiap peningkatan Harga sebesar 0,110 akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,110. Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan menunjukkan hubungan positif terhadap Kepuasan Konsumen dengan Nilai Koefisien sebesar 0,291. Berarti setiap Peningkatan Promosi sebesar 0,291 akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,291.

Koefisien Regresi Promosi menunjukkan Hubungan Positif terhadap Kepuasan Konsumen dengan Nilai Koefisien sebesar 0,099. Berarti setiap Peningkatan Promosisebesar 0,099 akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,099.

b. Uji-T

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara t_{tabel} dengan t_{hitung} . Diketahui T tabel pada distribusi $\alpha : 0,05$ maka t_{tabel} (0,05 : 30) adalah 1,697. Uji T ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, Hasil Uji T dapat dilihat 4.12 dibawah ini :

Tabel 4.12
Uji parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	14.411	4.948		2.912	.007
	Harga	.110	.104	.344	2.569	.036
	Kualitas Pelayanan	.113	.091	.226	1.741	.026
	Promosi	.099	.146	.118	1.823	.010

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Kriteria bahwa jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel berpengaruh Positif dan Signifikan, dapat dilihat hasil output SPSS Uji T sebagai berikut :

1. Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai variabel Harga (X_1) adalah t_{hitung} sebesar $2,569 > t_{tabel} 1,697$, dengan nilai signifikan $0,036 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Harga (X_1) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
2. Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai variabel Kualitas pelayanan (X_2) adalah t_{hitung} sebesar $1,741 > t_{tabel} 1,697$, dengan nilai signifikan $0,026 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel

Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

3. Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai variabel Promosi (X_3) adalah t_{hitung} sebesar $1,823 > t_{tabel} 1,697$, dengan nilai signifikan $0,010 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Promosi (X_3) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
4. Berdasarkan Hasil di atas diketahui jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ variabel Harga (X_1) ($2,569 > 1,697$), variabel Kualitas pelayanan (X_2) ($1,741 > 1,697$), variabel Promosi (X_3) ($1,823 > 1,697$). Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Harga (X_1), Kualitas pelayanan (X_2), dan Promosi (X_3), berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

c. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji secara simultan (secara bersama-sama) apakah Harga (X_1), Kualitas pelayanan (X_2), Promosi (X_3) dan harga (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PW Laundry.

Tabel 4.13

Uji Simultan F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148.290	4	51.276	14.241	.046 ^b
	Residual	210.198	58	4.162		
	Total	362.197	61			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan

Nilai α : 5% = 0,05 nilai F_{tabel} $df1$: 4, $df2$ = (30 – 4 – 1) =25 adalah 2,76. Maka berdasarkan tabel 4.14 terlihat bahwa nilai F_{hitung} 14,241 > 2,76 dan nilai signifikan 0,046 < 0,05 ini menunjukkan bahwa sekumpulan Variabel Independent berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Variabel Dependent.

d. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinan (R^2) digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan Variabel Independent dalam mempengaruhi Variabel Dependen. Nilai Koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.14
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.985 ^a	.802	.198	.671

a. Predictors: (Constant), Harga , Promosi , Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai R Square sebesar 0,802, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh Variabel X_1, X_2, X_3 dan X_4 secara simultan terhadap Variabel Y adalah sebesar 80,20%.

A. Pembahasan

1. Harga (X_1) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PW Laundry

Garis Regresi Linear Berganda menunjukkan bahwa tingkat perubahan Variabel Y adalah perubahan Positif, jadi dapat disimpulkan bahwa Variabel Independent memberikan kontribusi yang Positif terhadap Variabel Y. Diperoleh Garis Regresi Linear Berganda:

$$Y = 14,411 + 0,110X_1 + 0,113X_2 + 0,191$$

Koefisien Regresi Harga (X_1) menunjukkan hubungan Positif terhadap Kepuasan Konsumen dengan Nilai Koefisien sebesar 0,530. Berarti setiap peningkatan Variabel Harga (X_1) sebesar 0,530 akan meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,530.

Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai variabel Harga (X_1) adalah $t_{hitung} 2,569 > t_{tabel} 1,697$, dengan nilai signifikan $0,110 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Harga (X_1) berpengaruh Negatif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

2. Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PW Laundry

Garis Regresi Linear Berganda menunjukkan bahwa tingkat perubahan Variabel Y adalah perubahan Positif, jadi dapat disimpulkan bahwa Variabel Independent memberikan kontribusi yang Positif terhadap Variabel Y. Diperoleh Garis Regresi Linear Berganda:

$$Y = 14,411 + 0,110X_1 + 0,113X_2 + 0,191$$

Koefisien Regresi Promosi (X_3) menunjukkan hubungan Positif terhadap Kepuasan Konsumen dengan Nilai Koefisien sebesar 0,113. Berarti setiap peningkatan Variabel Promosi(X_3) sebesar 0,113 akan meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,113.

Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai variabel Promosi (X_2) adalah $t_{hitung} 1,741 > t_{tabel} 1,697$, dengan nilai signifikan $0,026 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Promosi (X_3) berpengaruh Negatif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

3. Promosi (X_3) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PW Laundry

Garis Regresi Linear Berganda menunjukkan bahwa tingkat perubahan Variabel Y adalah perubahan Positif, jadi dapat disimpulkan bahwa Variabel Independent memberikan kontribusi yang Positif terhadap Variabel Y. Diperoleh Garis Regresi Linear Berganda:

$$Y = 14,411 + 0,110X_1 + 0,113X_2 + 0,191X_3$$

Koefisien Regresi Promosi (X_3) menunjukkan hubungan Positif terhadap Kepuasan Konsumen dengan Nilai Koefisien sebesar 0,099. Berarti setiap peningkatan Variabel Promosi (X_3) sebesar 0,099 akan meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,099.

Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai variabel Promosi (X_3) adalah $t_{hitung} 1,823 > t_{tabel} 1,697$, dengan nilai signifikan $0,010 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Promosi (X_3) berpengaruh Negatif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

4. Pengaruh Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Promosi (X_3), berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PW Laundry .

Dari Hasil Analisis Uji Data diatas diperoleh bahwa hubungan antara Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Promosi (X_3), terhadap Kepuasan Konsumen adalah berkorelasi Positif dan Signifikan, berarti bahwa Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Promosi (X_3), dan Harga (X_4) dipersepsi baik maka Kepuasan Konsumen (Y) juga akan tinggi.

Nilai Konstanta sebesar 14,411 menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen (Y) PW Laundry sebesar 6,076 dengan adanya pengaruh dari Harga (X_1), Kualitas pelayanan (X_2), dan Promosi (X_3)

Nilai F_{tabel} pada distribusi 4 : 30 adalah 2,76, maka berdasarkan tabel 4.14 terlihat bahwa nilai F_{hitung} 11,924 > 2,76, dan Nilai Signifikan $0,138 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara Simultan Variabel Independent berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Variabel Dependent.

Hasil Output SPSS model summary besarnya R Square adalah 0,802. Hal ini berarti 80,20% Variabel Independent memberikan Pengaruh terhadap Variabel Dependent dan sisanya sebesar 11,20% di Pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yakni Penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Herni Widiyah dengan judul Efek Harga, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui

Kepuasan Pelanggan Penelitian ini menunjukkan bahwa hasil model struktural I, penjualan langsung dan Kualitas layanan memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Struktural II langsung pada harga, promosi dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan secara tidak langsung melalui Kualitas Layanan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai R Square = 0,568 menunjukkan bahwa Harga, Promosi, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 56,8% sementara sisanya 43,2% dikontribusikan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian. Kesimpulan dari penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel Kualitas pelayanan kepuasan pelanggan lebih berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dari variabel Harga dan Promosi. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan promosi dan kebijakan harga. Dan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Yanna Suryaningtyas yang berjudul Analisa Pengaruh Promosi Dan Kualitas Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Di Yanna Anmaris Make Up Artist Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi dan Kualitas Jasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan berdasarkan hasil pengujian secara parsial diketahui bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun Kualitas jasa mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menyarankan kepada pelaku usaha untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan Kualitas jasa.