

**TESIS**  
**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS**  
**PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PELATIHAN**  
**TENTANG KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA (K3) DI PT**  
**MITRA JAYA PROFITA**



DISUSUN OLEH:

ANBIER RUBBY PARLINDUNGAN BUTAR BUTAR, S.T.

13220107

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2025**

## PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anbier Rubby Parlindungan Butar Butar  
NIM/NIP/NIDN : 13220107  
Program Studi : Program Studi Manajemen Program Magister  
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pelatihan Tentang Keselamatan Dan Kesehatan Kerja (K3) Di PT Mitra Jaya Profita

dengan ini menyatakan:

- a. bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/*reviewer*.
- b. bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- c. bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- d. bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- e. bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- f. menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.

- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.
- h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.
- i. mengajukan agar karya saya ini: (*pilih salah satu*)

- Dapat diakses tanpa embargo.
- Dapat diakses setelah 2 tahun.\*
- Embargo permanen.\*

Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah.

\*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka.

Alasan embargo (*bisa lebih dari satu*):

- dalam proses pengajuan paten.
- akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.\*\*
- akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.\*\*
- telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... \*\*\*
- telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol./no. ... \*\*\*
- berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.
- berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.
- terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.
- Lainnya (mohon dijelaskan)

---



---



---

\*\*Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository@staff.ukdw.ac.id.

\*\*\*Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

Yogyakarta, 19 Maret 2025

Mengetahui,

Dr. Andreas A. S., S. E., M.M., M.Min.  
Tanda tangan & nama terang pembimbing  
NIDN/NIDK 0501016601

Yang menyatakan,

Anbier Rubby Parlindungan Butar Butar  
Tanda tangan & nama terang pemilik karya/penulis  
NIM 13220107

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tesis dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PELATIHAN TENTANG KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA (K3) DI PT MITRA JAYA PROFITA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**Anbier Rubby Parlindungan Butar Butar, S.T.**

**13220107**

Dalam Ujian Tesis Program Studi (S2) Magister Manajemen  
Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta

Dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Magister Manajemen pada Tanggal 21 Januari 2025


Dewan Penguji

Tanda Tangan

Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si.  
(Ketua Penguji)



Dr. Singgih Santoso, M.M.  
(Dosen Penguji)



Dr. Andreas A. S., S.E., M.M., M.Min.  
(Dosen Pembimbing/ Penguji)



Yogyakarta, 7 Februari 2025

Dekan Fakultas Bisnis

Kepala Program Studi  
Magister Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si.



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si.

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PELATIHAN  
TENTANG KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA (K3) DI PT  
MITRA JAYA PROFITA**

Anbier Rubby Parlindungan Butar Butar, S.T.  
NIM: 13220107

Tesis ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar  
Magister Manajemen  
Program Studi Magister Manajemen

Menyetujui  
Pembimbing,

  
Dr. Andreas A. S., S.E., M.M., M.Min.

Mengetahui:

Kepala Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis,  
Universitas Kristen Duta Wacana  
Yogyakarta



Dr. Pangeran, S.E., M.Si.

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Dengan ini, saya menyatakan bahwa Tesis dengan judul:

**“PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PELATIHAN TENTANG KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA (K3) DI PT MITRA JAYA PROFITA”**

adalah asli hasil karya saya dan judul ini belum pernah diajukan sebagai syarat atau sebagai bagian dari syarat untuk memperoleh gelar magister di perguruan tinggi.

Apabila saya dengan sengaja melakukan hal di atas dan terbukti melanggar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi yang ditentukan oleh universitas berupa pembatalan ijazah dan gelar akademik.

DUTA WACANA

Yogyakarta, 21 Januari 2025



**Anbier Rubby Parlindungan Butar Butar, S.T.**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Bapa dan Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan hikmat dan kasih karunianya kepada penulis dalam melaksanakan penelitian tesis yang menjadi tahap akhir bagi penulis dalam menyelesaikan Pendidikan Magister Manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana.

Laporan penelitian ini merupakan bentuk rangkuman dari keseluruhan kegiatan yang penulis lakukan selama proses penelitian tentang Kepuasan Konsumen dalam mengikuti pelatihan tentang keselamatan dan kesehatan kerja yang dilaksanakan di PT Mitra Jaya Profita. Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan karena adanya dukungan dari banyak pihak, khususnya istri dan orang tua yang telah memberikan dukungan moriil, seluruh Jajaran Dosen Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana atas sumbangsih keilmuan dari hasil perjalanan panjang penelitian dan kerja keras mereka, seluruh Tim PT Mitra Jaya Profita dan Para Mentor yang telah banyak membantu dalam penyelesaian penelusian laporan ini. Atas segala kepercayaan, dukungan dan kerjasama yang baik, dengan tulus penulis ucapkan terima kasih.

Penulis telah berusaha untuk melakukan yang terbaik dalam menulis laporan penelitian ini, namun penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis berharap kepada para pembaca apabila masih

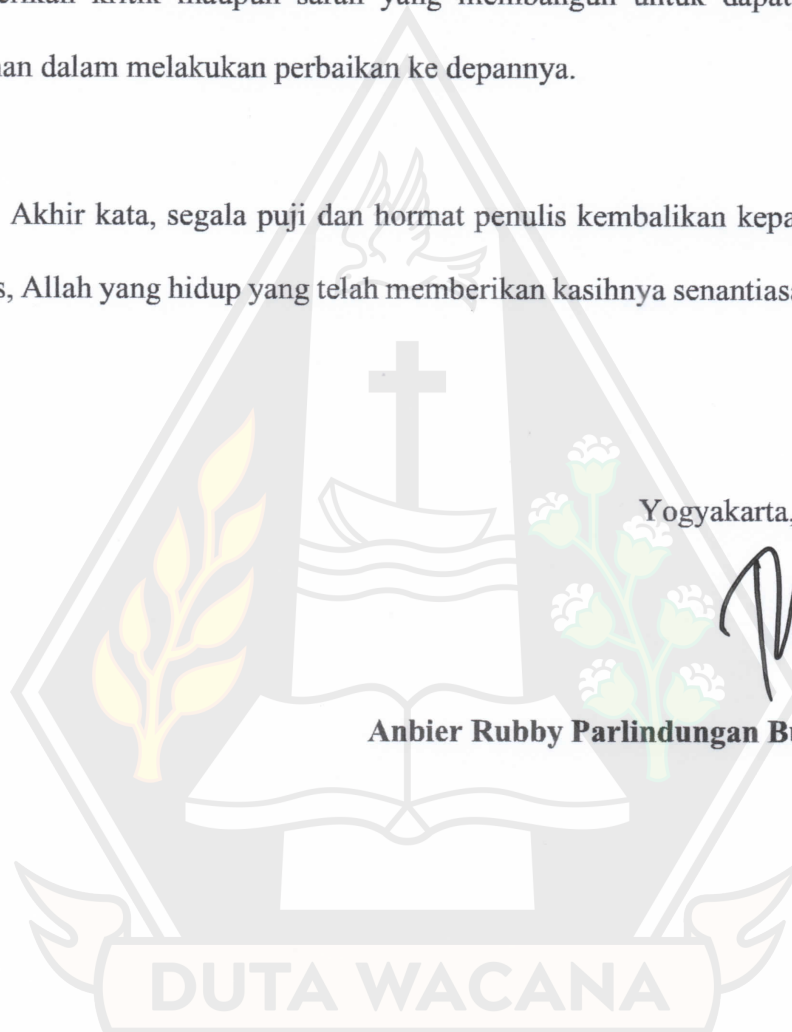
dirasakan adanya berbagai kekurangan atau sekiranya ada hal yang masih dapat dikembangkan dari laporan ini, maka dengan penuh rasa hormat, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya dan memohon kepada para pembaca untuk tidak segan-segan memberikan kritik maupun saran yang membangun untuk dapat penulis jadikan pedoman dalam melakukan perbaikan ke depannya.

Akhir kata, segala puji dan hormat penulis kembalikan kepada Tuhan Yesus Kristus, Allah yang hidup yang telah memberikan kasihnya senantiasa kepada penulis.

Yogyakarta, 21 Januari 2025



**Anbier Rubby Parlindungan Butar Butar, S.T.**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Kontribusi Penelitian Bagi Perusahaan .....	11
G. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Citra Merek.....	15

B. Persepsi Harga .....	15
C. Kualitas Pelayanan .....	16
D. Kepuasan Konsumen .....	16
E. Pelatihan .....	17
F. Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3).....	18
G. Budaya Kerja .....	18
H. Hubungan Antar Variabel Penelitian & Hipotesis .....	19
I. Kerangka Pikir.....	21
J. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	22

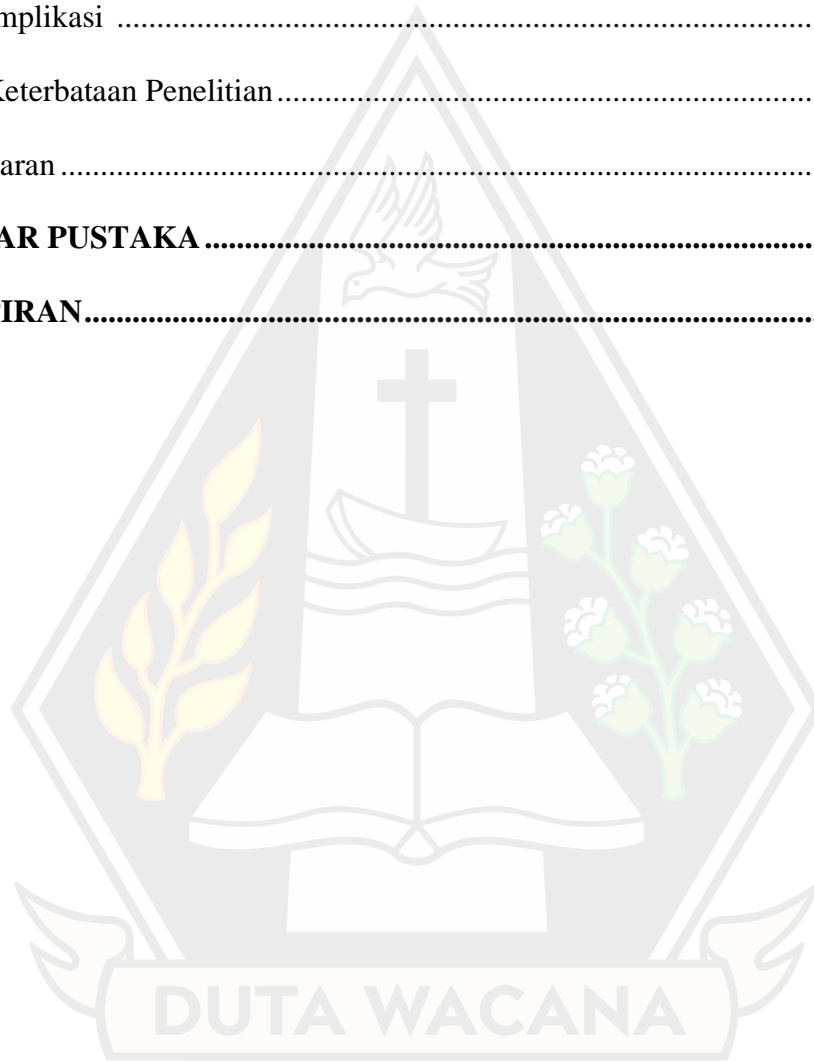
### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Desain Penelitian .....	27
B. & Waktu Penelitian .....	27
C. Populasi & Sampel Penelitian .....	27
D. Sumber Dan Jenis Data.....	29
E. Variabel Penelitian .....	30
F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	30
G. Validitas dan Realibilitas Instrumen.....	31
H. Definisi Operasional (Pengukuran Variabel-Variabel) .....	33
I. Teknik Analisis Data .....	37

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Data .....	49
B. Analisis Data.....	54

C. Pembahasan .....	83
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	89
B. Implikasi .....	94
C. Keterbatasan Penelitian.....	94
D. Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>102</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1. Pengukuran Skala Likert.....	33
Tabel 3.2. Definisi Operasional dari Variabel Penelitian .....	34
Tabel 4.1. Biodata Responden .....	50
Tabel 4.2. Hasil Rata-Rata Variabel Citra Merek.....	56
Tabel 4.3. Hasil Rata-Rata Variabel Persepsi Harga .....	57
Tabel 4.4. Hasil Rata-Rata Variabel Kualitas Pelayanan.....	58
Tabel 4.5. Hasil Rata-Rata Variabel Kepuasan Konsumen .....	60
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4.8. Variance Inflation Factor (VIF) .....	65
Tabel 4.9. <i>Bootstrapping Setting</i> .....	66
Tabel 4.10. Nilai T Untuk Signifikansi Statistik & Relevansi Bobot Indikator .....	67
Tabel 4.11. <i>R-Square</i> .....	68
Tabel 4.12. Kolinearitas Antar Set Konstruksi Prediktor .....	69
Tabel 4.13. Nilai <i>Path Coefficient</i> .....	71
Tabel 4.14. Nilai <i>Total Effects</i> Dari <i>Path Coefficient</i> .....	71
Tabel 4.15. Nilai T Untuk <i>Path Coefficient</i> .....	73
Tabel 4.16. <i>Outer Loadings</i> .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pikir.....	21
Gambar 4.1. Model Penelitian Sebelum Dilakukan Uji.....	75
Gambar 4.2. Model Penelitian Setelah Dilakukan Uji.....	81



## DAFTAR LAMPIRAN

A. Kuisisioner Penelitian.....	102
B. Hasil Pengolahan Data.....	104
C. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan.....	116



## ABSTRAK

*Menguji pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pelatihan tentang keselamatan dan kesehatan kerja melalui media dalam jaringan di sebuah perusahaan jasa pelatihan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran kondisi terkini dan faktor-faktor yang berdampak bagi bisnis pelatihan tentang keselamatan dan kesehatan kerja (K3) melalui media dalam jaringan di masa mendatang bagi perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan studi kasus menggunakan survei dan diolah menggunakan PLS-SEM dengan Program SmartPLS. Pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel citra merek, persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.*

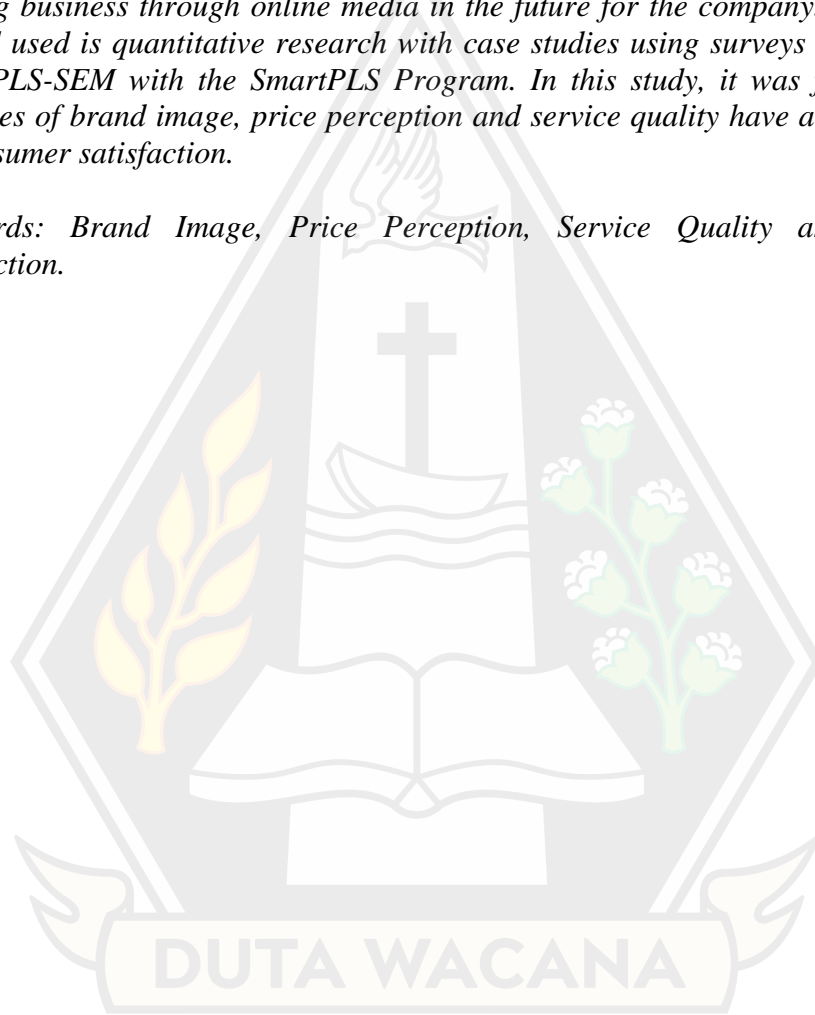
Kata kunci: Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.



## **ABSTRACT**

*Examining the influence of brand image, price perception and service quality on consumer satisfaction of occupational safety and health training through online media in a training service company. The purpose of this study is to provide an overview of the current conditions and factors that impact the occupational safety and health (K3) training business through online media in the future for the company. The research method used is quantitative research with case studies using surveys and processed using PLS-SEM with the SmartPLS Program. In this study, it was found that the variables of brand image, price perception and service quality have a positive effect on consumer satisfaction.*

*Keywords: Brand Image, Price Perception, Service Quality and Consumer Satisfaction.*



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk melaksanakan upaya keselamatan dan kesehatan kerja atau yang sering kali kita kenal dengan sebutan K3 untuk melindungi tenaga kerja, sarana produksi maupun pihak atau aset lainnya. Hal ini didasarkan pada Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Tingginya kasus kecelakaan kerja di tiap tahunnya menunjukkan pentingnya pengetahuan dan penerapan keselamatan dan kesehatan kerja (K3) di perusahaan yang dipeluk oleh semua pihak. Dikutip dari Situs Satu Data KEMNAKER, dikatakan bahwa pada tahun 2023, jumlah kasus kecelakaan kerja di Indonesia tercatat sebanyak 370.747 kasus. Sekitar 93,83 persen merupakan kasus peserta penerima upah, 5,37 persen kasus peserta bukan penerima upah, dan 0,80 persen kasus peserta jasa konstruksi. Pada periode Januari sampai dengan November 2024 tercatat jumlah kasus kecelakaan kerja di Indonesia sebanyak 399.871 kasus dengan rincian sebanyak 91,75 persen termasuk peserta penerima upah, 7,36 persen termasuk peserta bukan penerima upah dan 0,89 persen termasuk peserta jasa konstruksi. Hal ini tentu sangat mempengaruhi produktivitas kerja di perusahaan-perusahaan yang karyawannya mengalami kecelakaan akibat kerja dan atau penyakit akibat kerja. Bercermin dari tingginya angka kasus kecelakaan kerja dan atau penyakit akibat kerja, maka

sangat diperlukan tenaga kerja dengan bekal kompetensi K3 yang profesional dan kompeten dalam mengembangkan, mengkoordinir, memfasilitasi dan melaksanakan program-program keselamatan dan kesehatan kerja (K3) di perusahaan, serta komitmen manajemen perusahaan dalam mendukung perkembangan penerapan keselamatan dan kesehatan kerja di tempat kerja. Sehubungan dengan kebutuhan tersebut, diperlukan pembinaan dan pengembangan kompetensi sumber daya manusia keselamatan dan kesehatan kerja (SDM K3) melalui program-program pelatihan untuk berbagai bidang keahlian dan bidang kegiatan. Pelatihan ini didasarkan pada Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) Bidang Keselamatan dan Kesehatan Kerja yang telah ditetapkan dalam Keputusan Menteri Tenaga Kerja & Transmigrasi Republik Indonesia No: Kep.42/MEN/III/2008. Untuk memenuhi tuntutan dunia usaha baik di dalam maupun tingkat global diperlukan standar kompetensi tenaga kerja dan tenaga ahli yang berbudaya kerja selamat dan sehat yang diakui kualitasnya, baik nasional maupun internasional sehingga mampu bersaing dengan tenaga kerja dari luar negeri.

Dengan latar belakang tersebut, maka PT Mitra Jaya Profita melihat bahwa besar harapan dengan dilaksanakannya pelatihan melalui media dalam jaringan tentang keselamatan dan kesehatan kerja dapat menjadi salah satu upaya mempercepat perluasan penyebaran informasi dan pengetahuan tentang keselamatan dan kesehatan kerja, sehingga dapat menolong lebih banyak orang

yang bekerja untuk menyadari dan memeluk nilai budaya tentang memperlakukan tempat kerjanya secara benar yang menjadi dasar pertama dan utama terciptanya keselamatan dan kesehatan kerja (K3). Di samping itu, PT Mitra Jaya Profita menilai bahwa pelatihan dalam jaringan dengan batasan tertentu di era kemajuan teknologi saat ini dapat disuguhkan kepada masyarakat dengan harga yang relatif lebih terjangkau, sehingga dapat menjangkau lebih banyak golongan atau lapisan masyarakat maupun pekerja dengan variasi skala upah yang lebih luas pula. Pelatihan tentang keselamatan dan kesehatan kerja (K3) dalam jaringan secara berkala akan membantu berkembangnya budaya industri dan terciptanya budaya keselamatan dan kesehatan kerja (K3) yang menyeluruh di kalangan pekerja dan masyarakat. Dampak yang dirasakan oleh perusahaan-perusahaan yang menerapkan budaya keselamatan dan kesehatan kerja (K3) sudah sangat jelas bisa dirasakan melalui kenaikan tingkat produktivitas, baik bagi perusahaan maupun bagi para pekerjanya. Untuk itu PT Mitra Jaya Profita melihat sebuah peluang yang baik dalam hal tersebut; dari sisi peningkatan kesejahteraan perusahaan maupun dari sisi moral untuk berbakti bagi negeri. PT Mitra Jaya Profita dengan pengalaman dalam hal pelatihan baik pelatihan manajemen secara umum, pendampingan pemeliharaan alat kesehatan dan pelatihan tentang keselamatan dan kesehatan kerja merasa perlu untuk melakukan sebuah evaluasi melalui penelitian yang terukur untuk dapat melihat dengan lebih jelas melalui kajian data-data penelitian, sehingga dapat lebih memperdalam fokus dalam menggeluti unit bisnis di bidang pelatihan tentang keselamatan dan kesehatan kerja (K3) ini. Oleh

sebab itu, penulis melihat sebuah kesempatan yang baik untuk dapat berkontribusi bagi PT Mitra Jaya Profita dalam melaksanakan penelitian lebih lanjut terkait kepuasan konsumen pelatihan tentang keselamatan dan kesehatan kerja (K3) di PT Mitra Jaya Profita. Penulis melihat hal yang sangat baik untuk PT Mitra Jaya Profita turut serta meramaikan dan menggalakan budaya keselamatan dan kesehatan kerja di Indonesia dengan menyajikan pelatihan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau bagi masyarakat, mengingat pengalaman dan kontribusi yang telah dilakukan oleh PT Mitra Jaya Profita bagi konsumennya hampir di seluruh penjuru Indonesia.

PT Mitra Jaya Profita yang juga dikenal dengan nama MJPRO sangat memperhatikan mutu di setiap pelaksanaan pelatihan atau kegiatan pelayanannya bagi konsumen maupun masyarakat. Penulis percaya bahwa pelatihan tentang keselamatan dan kesehatan kerja yang dilaksanakan oleh penyedia jasa pelatihan dengan memperhatikan aspek-aspek penting dari pelaksanaan pelatihan akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yang dalam hal ini adalah peserta pelatihan. Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa bagi perusahaan yang berfokus pada pelanggan, kepuasan konsumen merupakan sebuah tujuan sekaligus alat pemasaran. Perusahaan-perusahaan perlu secara khusus memperhatikan tingkat kepuasan konsumen mereka saat ini karena internet menyediakan sebuah alat untuk konsumen secara cepat menyebarkan komentar baik maupun buruk kepada seluruh dunia.

Pernyataan terkait kepuasan konsumen di atas kemudian menjadi dasar penting bagi PT Mitra Jaya Profita yang dalam setiap pelaksanaan kegiatan pelatihannya menyadari bahwa usaha di bidang jasa wajib mengutamakan kepuasan konsumen dengan mengedepankan perbaikan demi perbaikan dari apa yang dinilai kurang pada kegiatan sebelumnya, sehingga pada kegiatan selanjutnya sudah tidak terjadi lagi kesalahan yang lalu. Sikap ini tentu membawa kemajuan yang baik dalam melayani para peserta pelatihan, hal ini ditunjukkan dengan dilakukannya evaluasi di tiap akhir pelatihan, baik evaluasi di internal tim panitia maupun evaluasi pelatihan dari para peserta melalui formulir evaluasi kepuasan. Berdasarkan hasil dari evaluasi-evaluasi tersebutlah, maka perusahaan melihat bahwa dibutuhkan sebuah penelitian yang lebih terukur dan terstruktur mengenai kepuasan konsumen dengan variabel yang mempengaruhi (variabel independen), yaitu kualitas pelayanan, citra merek dan persepsi harga. Alasan di balik penggunaan tiga independen variabel tersebut adalah hasil dari evaluasi-evaluasi yang dilakukan internal perusahaan dari hasil survei, baik melalui wawancara maupun formulir evaluasi serta saran dari peserta pelatihan. Dari hasil survei yang dilakukan perusahaan tersebut merujuk kepada tiga aspek penting yang saat ini difokuskan oleh perusahaan. Sebagaimana sudah disinggung sebelumnya, perusahaan sangat memperhatikan kualitas pelayanan mereka kepada para peserta yang sebagai konsumennya, di mana penjabaran lebih lanjut dari kualitas yang diberikan pada setiap kesempatan pelaksanaan pelatihan adalah nama baik perusahaan (citra merek) untuk dapat selalu diingat oleh peserta dan

penetapan harga (persepsi harga) yang tepat terhadap konsumen agar konsumen tidak dikecewakan, sehingga PT Mitra Jaya Profita percaya bahwa tiga variabel ini yang paling berpengaruh untuk tingkat kondisi perusahaan saat ini. Hal ini sejalan juga dengan penelitian terdahulu tentang kepuasan konsumen dengan variabel yang mempengaruhi yaitu kualitas pelayanan, harga dan citra merek yang ditulis oleh Titim Nurlia (2019). Hasil penelitian dari Titim Nurlia (2019) tersebut menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan sebesar 58,8% terhadap kepuasan mahasiswa. Variabel Harga secara parsial berpengaruh positif sebesar 55,2% terhadap kepuasan mahasiswa. Sementara variabel citra merek mempunyai pengaruh positif sebesar 59,9% terhadap Kepuasan Mahasiswa. Hal ini tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi penulis untuk melihat lebih jauh apakah hal yang serupa dapat berlaku bagi PT Mitra Jaya Profita atau malah sebaliknya. Penulis berharap dapat menemukan hal-hal yang sama menariknya dari apa yang telah dicapai Politeknik LP3I Jakarta dalam melayani konsumen di PT Mitra Jaya Profita, sehingga perusahaan tersebut juga dapat berkembang lebih baik sebagaimana Politeknik LP3I Jakarta.

Penelitian tentang kepuasan konsumen di PT Mitra Jaya Profita ini kemudian diharapkan dapat menjadi landasan perusahaan melakukan evaluasi dalam melakukan ekspansi bisnis sekaligus menjadi landasan untuk penelitian selanjutnya sejalan dengan arah perkembangan perusahaan. PT Mitra Jaya Profita percaya bahwa bila kualitas dari sebuah pelaksanaan pelatihan berjalan dengan

baik, maka hal tersebut juga dapat mempengaruhi tingkat konsentrasi dan serapan informasi pengetahuan oleh peserta. Sejalan dengan visi, misi dan nilai perusahaan, maka pelatihan di PT Mitra Jaya Profita sebisa mungkin dapat menjaring sebanyak mungkin peserta dengan harga yang terjangkau untuk dapat memberikan kesempatan yang lebih terbuka bagi masyarakat dalam mengenal keselamatan dan kesehatan kerja (K3), maka ini sejalan dengan citra yang selalu dibangun oleh perusahaan di mata masyarakat sebagai perusahaan pengembangan sumber daya manusia dan manajemen bisnis yang terintegrasi dengan kualitas terbaik di tingkat nasional. Untuk itu, dalam setiap pelaksanaan pelatihan di PT Mitra Jaya Profita, panitia benar-benar dituntut untuk menjaga kualitas setiap aspek dalam rangkaian kegiatan tetap dalam kondisi yang maksimal dan optimal, baik dari tahap sosialisasi informasi rencana pelatihan melalui kanal-kanal informasi yang dimiliki perusahaan, saat berjalannya pelatihan maupun tindak lanjut setelah sesi pelatihan berakhir, agar kualitas pelayanan yang diberikan tidak mengecewakan, terutama dalam mencapai tujuan utama dilakukannya pelatihan, yaitu membawa perubahan pola pikir dan pola tindak yang baik dan benar kepada pesertanya, sehingga dapat terciptalah budaya kerja yang aman dan selamat di tiap lini industri di Indonesia. Inilah aspek moral yang juga hendak dicapai oleh PT Mitra Jaya Profita selain dari keuntungan materi semata.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan data dari Situs Satu Data KEMNAKER di atas, dikatakan bahwa pada tahun 2023, jumlah kasus kecelakaan kerja di Indonesia tercatat sebanyak 370.747 kasus. Sekitar 93,83 persen merupakan kasus peserta penerima upah, 5,37 persen kasus peserta bukan penerima upah, dan 0,80 persen kasus peserta jasa konstruksi. Pada periode Januari sampai dengan November 2024 tercatat jumlah kasus kecelakaan kerja di Indonesia sebanyak 399.871 kasus dengan rincian sebanyak 91,75 persen termasuk peserta penerima upah, 7,36 persen termasuk peserta bukan penerima upah dan 0,89 persen termasuk peserta jasa konstruksi. Ini membuktikan bahwa terjadi sangat banyak kecelakaan kerja dan kurangnya penerapan keselamatan dan kesehatan kerja di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya penyebaran pengetahuan dan informasi tentang keselamatan dan kesehatan kerja secara masif ke seluruh penjuru Indonesia. Berangkat dari fakta tersebut, maka PT Mitra Jaya Profita berharap dapat berkontribusi lebih dalam menyebarkan pengetahuan dan informasi tentang keselamatan dan kesehatan kerja di Indonesia. Hasil survei evaluasi pelatihan yang dilakukan oleh PT Mitra Jaya Profita menunjukkan angka kepuasan yang tinggi terhadap kegiatan pelatihan dalam jaringan yang dilaksanakan oleh perusahaan pelatihan keselamatan dan kesehatan kerja (K3) tersebut, tentu hal ini membawa kepercayaan diri yang baik bagi tim di PT Mitra Jaya Profita dan penulis untuk dapat ikut ambil andil dalam membangun budaya keselamatan dan kesehatan kerja (K3) di Indonesia. Di sisi lain, ada beberapa tantangan yang

dihadapi perusahaan yaitu jumlah pelaksanaan pelatihan yang belum bertambah sesuai target di tiap tahunnya, jumlah peserta di tiap pelatihan yang belum bertambah secara signifikan sebagaimana target perusahaan dan bertambahnya jumlah kompetitor jasa pelatihan yang sejenis. Hal ini yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian terkait kepuasan konsumen untuk mendukung perusahaan dalam mewujudkan nilai-nilai perusahaan yang salah satunya tergambar dalam misi perusahaan yaitu sebagai mitra manajemen organisasi untuk mencapai kinerja terbaik dan mengembangkan kompetensi sumber daya manusia sehingga mampu menjadi bagian terintegrasi dalam sistem manajemen unggul. Dalam hal ini, misi tersebut dapat diterjemahkan melalui salah satu langkah yaitu mempercepat perluasan budaya kerja selamat dan sehat di Indonesia yang dipercaya berpengaruh besar dalam peningkatan produktivitas kerja perusahaan. Oleh sebab itu, penulis merasa perlu untuk berkontribusi melakukan penelitian dalam rangka menguji apakah faktor-faktor yang ditemukan oleh perusahaan, yaitu variabel kualitas pelayanan, citra merek dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (peserta pelatihan). Penelitian ini memungkinkan perusahaan untuk dapat melihat lebih jauh dan terukur akan potensi atau prospek unit bisnis pelatihan dalam jaringan terkait keselamatan dan kesehatan kerja ini sebelum ke depannya dapat mengambil langkah-langkah penting dalam pengembangan unit bisnis tersebut untuk mencapai nilai, visi dan misinya.

### **C. Batasan Masalah**

Penelitian ini memiliki batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan dengan target peserta pelatihan tentang keselamatan dan kesehatan kerja melalui media dalam jaringan.
2. Penelitian ini ditujukan pada peserta pelatihan kategori *awareness* keselamatan dan kesehatan kerja (K3)
3. Peserta yang diberikan kuisioner penelitian ini memiliki rentang latar belakang pendidikan mahasiswa diploma tiga hingga strata satu, mahasiswa strata dua hingga strata tiga dan pekerja atau karyawan.
4. Proses penelitian dilakukan pada rentang Bulan Januari hingga Bulan Juni Tahun 2024.
5. Penelitian ini memiliki fokus pada variabel citra merek, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
6. Penelitian ini dilakukan sesuai dengan kebutuhan perusahaan di tahap penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan evaluasi yang fokus dan terukur.
7. Penelitian ini merupakan penelitian pertama yang dilakukan di perusahaan dan di tingkat nasional bidang Keselamatan dan Kesehatan Kerja.

### **D. Rumusan Masalah**

1. Apakah variabel citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT Mitra Jaya Profita?

2. Apakah variabel persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT Mitra Jaya Profita?
3. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT Mitra Jaya Profita?

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen PT Mitra Jaya Profita.
2. Untuk menguji pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen PT Mitra Jaya Profita.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT Mitra Jaya Profita.

#### **F. Kontribusi Penelitian Bagi Perusahaan**

1. Membantu menyajikan kondisi kepuasan konsumen dari pelatihan-pelatihan tentang keselamatan dan kesehatan kerja (K3) yang telah dilaksanakan melalui media dalam jaringan oleh PT Mitra Jaya Profita kepada manajemen perusahaan.
2. Data kondisi kepuasan konsumen dan variabel-variabel yang mempengaruhinya ini kemudian dapat menjadi dasar dalam mengambil langkah-langkah yang tepat dalam pengembangan unit bisnis pelatihan tentang keselamatan dan kesehatan kerja sesuai dengan tahapan perusahaan

saat ini, terutama pada jenis pelatihan dengan kategori dalam jaringan (DARING), sehingga perusahaab dapat terus bersaing dan meningkatkan kesejahteraan perusahaan, serta dapat ikut dalam membangun budaya kerja yang aman di kalangan Masyarakat Indonesia dengan lebih baik dan efektif.

### **G. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diberikan berdasarkan tujuan tulisan ini adalah

#### **1. Bagi Perusahaan**

Perusahaan dapat melihat kondisi kepuasan konsumen yang sesungguhnya berdasarkan data yang terukur, sehingga perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang lebih akurat untuk pengembangan lebih lanjut unit bisnis Pelatihan tentang keselamatan dan kesehatan kerja, terutama pada jenis pelatihan melalui media dalam jaringan beserta variasi produk pelatihannya ke depannya. Untuk itu, PT Mitra Jaya Profita dapat meningkatkan kesejahteraannya dan ikut serta dalam membangun budaya kerja selamat dan sehat di kalangan Masyarakat Indonesia, yang keduanya merupakan perwujudan visi, misi dan nilai-nilai perusahaan.

#### **2. Bagi Akademisi**

Manfaat lain dari penelitian ini adalah diharapkan berguna untuk memberikan pengetahuan tambahan atau informasi bagi dunia akademik, sehingga dapat digunakan juga sebagai pembanding, landasan atau tolak ukur untuk

melakukan penelitian yang serupa maupun penelitian lanjutan atau dengan lingkup yang sama dengan tempat yang berbeda.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Hasil dari analisa penelitian ini memberikan sebuah gambaran penting yang semakin menguatkan keyakinan penulis bahwa konsumen merupakan bagian yang sangat penting bagi sebuah kelangsungan usaha. Oleh sebab itu, kepuasan konsumen menjadi prioritas penting dan lapis pertama untuk dianalisa dan dipahami kondisinya demi mempertahankan, mengembangkan dan meningkatkan kesejahteraan perusahaan. Inilah yang menjadi alasan yang mendasari penulis mengambil judul dan model penelitian ini setelah berdiskusi panjang dengan tim dan manajemen dari PT Mitra Jaya Profita. Kami memahami, sebagaimana manusia bertumbuh melalui sebuah proses dan tahapan-tahapan yang tidak bisa dilewati atau dihindari, demikian juga dengan tumbuh kembang usaha. Oleh sebab itu, menguji dan menganalisa kondisi kepuasan konsumen beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam hal pelatihan dalam jaringan tentang keselamatan dan kesehatan kerja merupakan langkah awal yang sangat penting dan tidak bisa dilewati, serta perlu dikaji secara khusus agar didapatkan pemahaman yang maksimal dan optimal dari kondisi tahapan PT Mitra Jaya Profita saat ini. Untuk itu, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari ketiga variabel independen pada penelitian ini berdasarkan nilai *Path Coefficient*, *Total Effect*, Nilai T dan P, maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek paling berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen, yang kedua adalah variabel persepsi harga dan yang terakhir adalah variabel kualitas pelayanan. Sedikit berbeda dengan penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Titim Nurlia (2019), walau ketiga variabel independen yang digunakan sama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, namun pada penelitian sebelumnya kualitas pelayanan menempati urutan kedua dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen sedangkan pada penelitian ini menempati urutan terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa dalam usaha jasa pelatihan dalam jaringan tentang keselamatan dan kesehatan kerja yang dimiliki PT Mitra Jaya Profita, citra merek dan harga menjadi faktor kuat konsumen menentukan pilihan untuk mengikuti pelatihan karena kedua hal tersebut berada pada lini terdepan sebelum konsumen dapat mengalami perjalanan kegiatan pelatihan bersama PT Mitra Jaya Profita, sedangkan kualitas pelayanan baru dapat dirasakan setelah mengikuti pelatihan.

2. Sebagai pedoman umum, nilai *R-Square* sebesar 0,75 dapat dianggap substansial dan pada penelitian ini Nilai *R-Square* yang dihasilkan adalah sebesar 0,754, sehingga dapat diinterpretasikan sebagai kuat atau substansial. Nilai jalur koefisien variabel citra merek adalah 0,356 dengan Outer Loadings

yang menunjukkan angka sebesar 0,814 yang juga menunjukkan hubungan antar indikator yang positif kuat sesuai dengan ambang batas nilai tiap-tiap item penilaian. Nilai jalur koefisien variabel persepsi harga adalah 0,290 dengan Outer Loadings yang menunjukkan angka sebesar 0,862 yang juga menunjukkan hubungan antar indikator yang positif kuat sesuai dengan ambang batas nilai tiap-tiap item penilaian. Nilai jalur koefisien dari variabel kualitas pelayanan adalah 0,308 dengan Outer Loadings yang menunjukkan angka sebesar 0,881 yang juga menunjukkan hubungan antar indikator yang positif kuat sesuai dengan ambang batas nilai tiap-tiap item penilaian. Nilai T dari variabel citra merek memiliki nilai 3,027, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai 2,405 dan variabel persepsi harga memiliki nilai 3,913 yang mana dengan tingkat signifikansi 5% diuji dua sisi memiliki nilai lebih tinggi dari nilai ambang batas 1,96. Nilai T dari variabel citra merek menunjukkan bobot indikator yang paling signifikan secara statistik, yang kemudian disusul oleh variabel persepsi harga dan kualitas pelayanan. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa bobot indikator adalah signifikan secara statistik, hal ini didukung juga dengan nilai P dari variabel citra merek terhadap variabel kepuasan konsumen 0,002, variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen 0,016, variabel persepsi harga terhadap variabel kepuasan konsumen 0,000 yang mana hal ini menunjukkan  $H_0$  diterima dikarenakan nilai P dari masing-masing variabel independen kurang dari 0,05 berdasarkan nilai tingkat signifikansi yang dipakai ( $\alpha$ ) lima persen (5%) pada pengaturan *bootstrapping*.

Berdasarkan Nilai P, variabel persepsi harga merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen, disusul dengan variabel citra merek dan yang terakhir adalah variabel kualitas pelayanan. Dari data-data di atas, maka semakin menguatkan hasil penelitian bahwa variabel citra merek, kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen.

3. Pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. PT Mitra Jaya terus berupaya untuk menjaga Citra Merek perusahaan melalui setiap aspek perusahaan. Citra yang dibangun perusahaan melalui mereknya mempengaruhi kepuasan konsumen. Bagi perusahaan membangun, memiliki dan mempertahankan citra merek di mata konsumen akan memberi dampak baik bagi pertumbuhan perusahaan, terutama dalam hal penjualan. Bagi konsumen citra merek yang baik merupakan jaminan bagi mereka dalam menggunakan produk maupun jasa dari sebuah perusahaan, serta memberikan dampak sosial tertentu bagi konsumen.

4. Pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penentuan harga yang tepat terhadap konsumen menjadi sangat penting. Persepsi yang dimiliki konsumen terhadap harga yang ditawarkan dari sebuah produk atau jasa harus benar-benar

diimbangi dengan manfaat yang mereka terima. Dari sini kita dapat melihat bahwa persepsi harga yang dibangun oleh PT Mitra Jaya Profita terhadap konsumennya adalah baik, yang mana tentu konsumen telah merasakan manfaat dan puas akan jasa pelatihan yang diberikan, sehingga respon terkait harga yang diberikan oleh perusahaan dari konsumen adalah baik.

5. Pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan baik dari hasil analisa deskriptif maupun hasil analisa dari model penelitian, ditemukan bahwa variabel independen yang menunjukkan respon paling baik atau nilai yang paling tinggi terkait pengaruhnya terhadap variabel dependen adalah kualitas pelayanan. Variabel kualitas pelayanan menempati posisi teratas atas pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Dalam bidang jasa, yang menjadi produk yang dapat dirasakan secara langsung oleh konsumen adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan selama interaksi keduanya berlangsung. Di momen inilah konsumen dapat merasakan kelayakan antara harga dan manfaat yang diterimanya. Kualitas pelayanan dari PT Mitra Jaya Profita terbukti mampu dalam memenuhi kepuasan konsumen, baik dari sebelum, saat dan setelah pelatihan berlangsung, sehingga konsumen memberikan respon positif tentang kualitas pelayanan dari PT Mitra Jaya Profita.

## **B. Implikasi**

Simpulan di atas semakin menguatkan keyakinan atas pentingnya kepuasan konsumen untuk dianalisa dan dipahami dengan baik. Kita memahami bahwa konsumen merupakan pusat perhatian yang perlu dipahami dengan sangat baik untuk membangun, mengembang atau meningkatkan kesejahteraan perusahaan. Penulis percaya bahwa, jika kepuasan konsumen sebuah perusahaan baik, maka kesejahteraan perusahaan dapat meningkat melalui pengembangan lini-lini usahanya. Jika kepuasan konsumen baik, maka besar kemungkinan perusahaan tersebut dapat mempertahankan konsumennya dan menghasilkan konsumen yang setia. Implikasi dari penelitian ini adalah PT Mitra Jaya Profita sudah mendapatkan gambaran yang lebih terukur dan dapat dipertanggungjawabkan tentang kepuasan konsumen dari pelatihan dalam jaringan tentang keselamatan dan kesehatan kerja yang dilaksankannya, sehingga dengan demikian perusahaan dapat mengambangkan lini usahanya di bidang pelatihan dalam jaringan untuk tema atau topik lainnya maupun meningkatkan jumlah penjualan pelatihan tentang keselamatan dan kesehatan kerja dengan media dalam jaringan.

## **C. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian ini adalah model penelitian yang sederhana dengan melibatkan variabel independen yang tidak terlalu banyak karena mengutamakan variabel yang paling berpengaruh atau sering disinggung oleh konsumen melalui

survei yang dilakukan oleh PT Mitra Jaya Profita. Melihat pada sederhananya model yang dibangun pada penelitian ini, maka beberapa parameter perhitungan pada PLS-SEM ini seperti *Adjusted R-Square* menjadi tidak digunakan dalam analisa karena dianggap tidak terlalu berpengaruh. Selain itu, sekalipun jumlah sampel yang digunakan sudah melebihi dari kaidah sampel terhadap populasi data, namun penulis berharap untuk penelitian ini kelak dapat disempurnakan dengan penelitian yang menggunakan data lebih banyak, seperti data populasi.

#### **D. Saran**

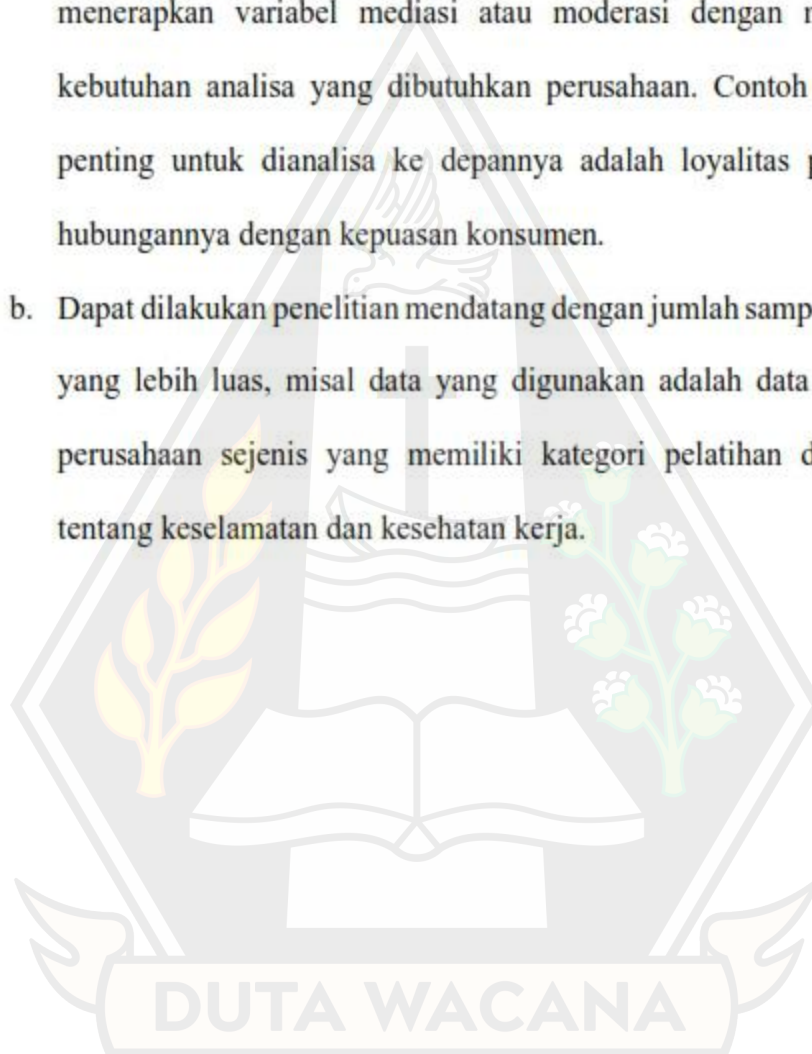
Melihat kepada analisa, simpulan, implikasi dan keterbatasan penelitian di atas, maka saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut:

##### **1. Bagi Perusahaan**

- a. Dapat dilakukan penelitian mendatang dengan model yang sama namun menggunakan jumlah data yang lebih banyak seperti menggunakan data dari jumlah populasi. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih riil dan menyeluruh dalam melakukan evaluasi unit bisnis di PT Mitra Jaya Profita.
- b. Dapat dilakukan penelitian mendatang dengan model penelitian yang sama namun pengolahan data dapat dilakukan menggunakan *Software AMOS* untuk menguji model dan data penelitian yang kemudian dapat dibandingkan dengan hasil pengolahan menggunakan *Software SmartPLS* yang sifatnya lebih eksploratif.

## 2. Bagi Dunia Akademik

- a. Dapat dilakukan penelitian mendatang dengan model penelitian yang berbeda dengan memperluas cakupan penelitian, seperti misalnya menerapkan variabel mediasi atau moderasi dengan memperhatikan kebutuhan analisa yang dibutuhkan perusahaan. Contoh variabel yang penting untuk dianalisa ke depannya adalah loyalitas pelanggan dan hubungannya dengan kepuasan konsumen.
- b. Dapat dilakukan penelitian mendatang dengan jumlah sampel dan populasi yang lebih luas, misal data yang digunakan adalah data dari beberapa perusahaan sejenis yang memiliki kategori pelatihan dalam jaringan tentang keselamatan dan kesehatan kerja.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, Nur Risky dkk. 2019. *Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Budaya Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dinas Sosial Kabupaten Jember*. Jurnal Penelitian Ipteks, Volume 4, Nomor 1.
- bappeda.jogjaprovo.go.id. *Statistik Ketenagakerjaan*. Diakses pada 9 Januari 2023, dari [http://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data\\_dasar/index/263-ketenagakerjaan\\_](http://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/index/263-ketenagakerjaan_)
- Bastian. 2014. *Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Volume 2, Nomor 1.
- Cockrill, Antje dan Goode, Mark M.H. 2010. *Perceived Price Fairness And Price Decay In The DVD Market*. Journal of Product & Brand Management, Volume 19, Iss 5 pp. 367 – 374. <http://dx.doi.org/10.1108/10610421011068603>.
- Ghotbabadi, Ali R. 2015. *Service Quality Measurements: A Review*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Volume 5, Nomor 2.
- Hair et al. 2021. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>.
- Karmila, M. 2023. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Distributor Consumer Goods Di Tasikmalaya)*. Jurnal Cakrawala Ilmiah, Volume 2, Nomor 8.

- Khan, E. A., et al. 2016. *Reflective Or Formative Measurement Model Of Sustainability Factor? A Three Industry Comparison*. Corporate Ownership and Control Journal, Volume 13, Issue 2. <http://dx.doi.org/10.22495/cocv13i2p9>.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. England: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Nurchahyo, B. H. dan Khasanah, I. 2016. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. Diponegoro Journal Of Management, Volume 5, Nomor 3, Tahun 2016, Halaman 1-16. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nurlia, T. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Mahasiswa*. Jurnal Lentera Bisnis, Volume 8, No. 2. DOI: 10.34127/jrlab.v8i2.289.
- Martono. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pengguna Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates*. MEDIKORA, Volume 18, Nomor 1, Hal 27-32.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1988. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing, 64, 12-40.
- Prasetyo, Fikry Aji. 2021. *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Wyndham Casablanca*. Majalah Ilmiah Panorama Nusantara, Edisi 30, Volume 16, Nomor 1.

- Rahadi, D. R. 2023. *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Cetakan Pertama. Jawa Barat: CV Lentera Ilmu Madani.
- Raines-Eudy, R. 2009. *Using Structural Equation Modeling to Test for Differential Reliability and Validity: An Empirical Demonstration*. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 7(1), 124–141. [https://doi.org/10.1207/S15328007SEM0701\\_07](https://doi.org/10.1207/S15328007SEM0701_07).
- Rangkuti, Freddy. ((2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Reni. 2007. *Studi Mengenai Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Nilai Pelanggan*. Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/18785/>
- Republik Indonesia. 2019. *Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 38 tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Aktivitas Profesional, Ilmiah Dan Teknis Golongan Pokok Aktivitas Arsitektur Dan Keinsinyuran; Analisis Dan Uji Teknis Bidang Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Pada Jabatan Kerja Personil Keselamatan Dan Kesehatan Kerja*. Jakarta: Kementerian Ketenagakerjaan.
- Republik Indonesia. 2012. *Peraturan Pemerintah Nomor 50 tentang Sistem Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Kerja*. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2008. *Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor KEP.42/MEN/III/2008 tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Ketenagakerjaan Bidang Keselamatan Dan Kesehatan Kerja*. Jakarta: Kementerian Ketenagakerjaan.

- Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang Nomor 13 tentang Ketenagakerjaan*. Jakarta.
- Rianto, Riki. 2016. *Program Aplikasi Nilai Siswa Pada Smk Muhammadiyah Pringsewu Sebagai Penunjang Pengambilan Keputusan Siswa Berprestasi Menggunakan Visual Basic 6.0*. Prociding KMSI.
- Richard, Nkene Ndeme et al. 2018. *The role of service attributes in customer satisfaction: An analysis of classified hotels in Cameroon*. African Journal of Business Management, Volume 12(4), pp. 66-77.
- satudata.kemnaker.go.id. *Kasus Kecelakaan Kerja Januari Hingga November 2024*. Diakses pada 27 April 2024, dari <https://satudata.kemnaker.go.id/data/kumpulan-data>
- Sinambela, L. P. 2016. *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sri, Larasati. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan Kedua. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran, & Strategi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Unarto, T. 2022. *The Role Of Continuance Intention, E-Wallet Applications Users For Transaction Multi-Payments In Indonesia*. Business Management and Strategy, Volume 13, Nomor 2. <https://doi.org/10.5296/bms.v13i2.20427>.

wikipedia.org. *Pelatihan*. Diakses pada 25 November 2023, dari

<https://id.wikipedia.org/wiki/Pelatihan>.

Xia et al. 2020. *When It's Too Good To Be True: Consumers' Reactions And firms'*

*Responses To Unintended Price Mistakes*. Journal of Business Research,

Volume 114, Pages 16-29, ISSN 0148-2963.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.024>.

Zebua, Yuniman. 2020. *Pengaruh Budaya Kerja Dan Promosi Jabatan Dalam*

*Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT Perkebunan Nusantara III Labuhan*

*Haji Labuhanbatu Utara*. Jurnal Ecobisma: Volume 7, Nomor 2.

