

PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENYEWAWA PERLENGKAPAN COSPLAY DI COSPLAYRENTALKU KENDARI

Iin Firlyana¹, Is Fadhillah²

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT

¹email: iinfirlyana@gmail.com

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT

²email: isfadhillah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang menyewa di Cosplayrentalku Kendari. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 60 responden Adapun yang menjadi responden dari penelitian adalah 60 responden Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan pelayanan secara parsial dan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cosplayrentalku Kendari.

Kata kunci: Promosi, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of promotion and service quality on customer satisfaction who rent at Cosplayrentalku Kendari. The method used in this research is a quantitative method by distributing questionnaires to 60 respondents The respondents of the study were 60 respondents The sampling technique used in this study used purposive sampling technique. The results showed that promotion and service partially and simultaneously had a positive and significant influence on customer satisfaction Cosplayrentalku Kendari.

Keywords: Promotion, Service, Customer Satisfaction

I. PENDAHULUAN

Kata kosupure dalam Bahasa Jepang atau yang saat ini dikenal sebagai cosplay berasal dari kata "costume" dan "play" yang bisa diartikan secara harfiah yaitu bermain dengan kostum (Dyah, 2019). Cosplay juga bisa merujuk pada kegiatan berdandan, berpakaian, beraksi dan menggunakan aksesoris menyerupai karakter favorit yang dijadikan referensi baik yang berasal dari Anime, Manga, Permainan, Film Seri ataupun tokoh terkenal tertentu. Saat ini, cosplay merupakan salah satu hobi yang cukup populer khususnya di Indonesia. Semua orang bisa menjadi karakter tertentu yang mungkin sama atau benar-benar berbeda dari karakternya sendiri selama melakukan cosplay. Hobi ini menjadi semakin populer semenjak semakin mudahnya seseorang dalam mengakses aspek-aspek yang mendukung hobi tersebut seperti makeup yang bervariasi dan mulai menjamurnya toko yang menjual perlengkapan cosplay atau bahkan menyewakannya.

Kegiatan cosplay ini sendiri termasuk kedalam ranah fashion karena menunjukkan keindahan, keserasian dan kesenian dalam bentuk visual dalam mengekspresikan sesuatu. Namun karena perkembangan internet yang cukup pesat maka trend referensi karakter digunakan dalam melakukan kegiatan tersebut juga berganti cukup begitu cepat. Hal ini mempengaruhi para pelaku hobi cosplay untuk berlomba-lomba mengikuti trend yang ada dengan selalu membeli perlengkapan cosplay karakter terbaru. Tuntutan akan perlengkapan cosplay yang begitu cepat menjadikan cosplay masuk kedalam kategori fast fashion.

Menurut Dehotman (2017), fast fashion didefinisikan sebagai fenomena tren fashion yang berganti dengan cepat dan diproduksi secara massal berkonsep siap pakai. Dengan menjadikan cosplay ini sebagai fast fashion, pelaku hobi ini cenderung menghabiskan uang untuk membeli perlengkapan cosplay yang mana hanya mungkin dipakai 1-2 kali saja sebelum trend karakter yang dijadikan referensi berubah. Sementara itu, perlengkapan cosplay tidaklah murah. Pelaku hobi bisa menghabiskan ratusan sampai jutaan rupiah hanya untuk membeli satu set perlengkapan cosplay yang hanya akan digunakan beberapa kali saja.

Untuk mengatasi hal tersebut, beberapa pelaku hobi di Indonesia pada khususnya, akhirnya memutuskan untuk membuat usaha persewaan perlengkapan cosplay yang ditandai dengan munculnya toko rental mulai dari tahun 2015 di Surabaya dan diikuti oleh toko-toko rental lainnya. Saat ini usaha rental cosplay sudah menyebar di seluruh Indonesia baik dalam skala kecil maupun besar. Salah satunya adalah Cosplayrentalku yang berdomisili di Kendari dan berdiri sejak tahun 2023.

Dengan adanya usaha penyewaan perlengkapan cosplay ini, para pelaku hobi bisa untuk lebih menghemat uang yang seharusnya digunakan untuk membeli perlengkapan cosplay dengan hanya menghabiskan uang yang lebih sedikit untuk membayar sewa perlengkapan cosplay. Selain itu disisi pelaku usaha, mereka mendapatkan untung dari perlengkapan yang mereka beli karena bisa disewakan ke banyak orang dan tidak dihabiskan sia-sia hanya untuk sekali-dua kali pakai.

Namun, semakin menjamurnya suatu jenis usaha, maka pelaku usaha harus cepat tanggap terhadap segala kemungkinan perubahan. Dalam kasus ini berfokus pada kepuasan pelanggan dengan melakukan promosi pemasaran dan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada setiap pelanggan. Karena rental perlengkapan cosplay membutuhkan modal yang tidak sedikit sementara tidak sedikit juga yang hanya bertahan dalam waktu beberapa bulan saja dikarenakan salah strategi sehingga usaha tidak mendatangkan keuntungan apapun sementara biaya operasional terus berjalan.

Secara umum, pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir dalam memahami bahwasanya bisnis tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Kotler & Amstrong (2018) menyatakan bahwa pemasaran merupakan proses di mana perusahaan melibatkan pelanggan, membangun hubungan pelanggan yang kuat, dan menciptakan nilai pelanggan untuk mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai gantinya.

Dengan banyaknya kompetitor, salah satu strategi untuk bersaing adalah dengan melakukan promosi. Promosi merupakan suatu kegiatan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk yang akan ditawarkan agar konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan (Zahara & Sembiring 2020). Promosi yang berlaku di usaha seperti ini bermacam-macam, seperti melakukan diskon di tanggal tertentu, memberikan penawaran saat melakukan transaksi lebih dari satu item (paket), kerja sama dengan event / produk tertentu, atau memberikan harga khusus terhadap pelanggan yang memiliki transaksi berulang dalam periode tertentu.

Selain aspek promosi, ada juga aspek kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2019) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Jika perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas.

Kepuasan pelanggan cukup dipengaruhi oleh promosi dan kualitas pelayanan, apalagi dengan banyaknya persaingan dari jenis usaha serupa sehingga salah sedikit saja strategi promosi, dapat memicu ketidakpuasan pelanggan. Begitupula kualitas pelayanan yang buruk juga dapat memicu ketidakpuasan pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan patut dihindari karna berpeluan menyebabkan larinya pelanggan ke kompetitor. Atau parahnya lagi karena usaha ini terkait dengan hobi, bisa saja pelanggan yang tidak puas memutuskan untuk berhenti menggeluti hobi tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Penyewa Perlengkapan Cosplay di Cosplayrentalku Kendari.

II. METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan pengujian teori dengan mengukur variabel penelitian dengan angka-angka dan menganalisis data menggunakan prosedur statistik. Variabel dalam penelitian kuantitatif ini ada dua jenis, yaitu variabel bebas yang meliputi promosi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) dan variabel terikat yang meliputi kepuasan konsumen yaitu variabel (Y)

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah umum yang mencakup objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi yang dipakai adalah konsumen atau pelanggan yang sudah terdaftar pada website Cosplayrentalku Kendari sebanyak 150 orang yang terdaftar dalam database sampai dengan bulan Maret 2024.

2. Sampel

Sampel mengutip dari Sugiyono (2019), adalah sebagian jumlah serta karakteristik dari suatu populasi. Untuk menghitung jumlah sampel yang diambil, peneliti dapat menggunakan rumus Slovin. Dengan acuan margin of error 10% dari populasi untuk ranah pendidikan. Rumus Slovin adalah rumus yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel minimum untuk survei populasi terbatas, dimana tujuan utama survei adalah memperkirakan proporsi populasi. Perlu ditegaskan dalam hal ini bahwa yang diperkirakan adalah proporsi penduduk (P), bukan rata-rata penduduk (\hat{P}) atau parameter lainnya. Adapun rumus slovin adalah

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

e = Margin error sebesar 10%

Berdasarkan rumus tersebut diatas diketahui bahwa:

N = 150 dengan e = 10 %

Dicari n (sampel)?

$$n = \frac{150}{1 + 150 \cdot (10\%)^2}$$

n = 60

Dari total populasi 150 orang yang menjadi populasi (sesuai database), berdasarkan rumus slovin dengan margin error sebesar 10%, di dapatkan sampel sebanyak 60 orang yang akan dijadikan koresponden penelitian.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang mempunyai hubungan dengan orang yang diteliti (informan atau narasumber) untuk memperoleh informasi terkait data penelitian yang menjadi sampel suatu penelitian. Subyek penelitian dapat memberikan informasi mengenai data penelitian yang dapat menjelaskan karakteristik subjek penelitian.

Objek Penelitian adalah obyek permasalahan yang akan diteliti yang berkaitan dengan objek penelitian, khususnya berupa ciri-ciri yang berkaitan dengan objek penelitian. Berdasarkan definisi subjek dan objek penelitian di atas, maka subjek dan objek penelitian ini adalah :

1. Pelanggan Cosplayrentalku yang sudah memiliki akun atau sudah mendaftar di website <https://cosplayrentalku.my.id/register>
2. Tidak termasuk kedalam daftar Blacklist Cosplayrentalku

D. Jenis Sampling

Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa teknik purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dengan kriteria sebagai berikut :

1. Responden merupakan Pelanggan Cosplayrentalku yang telah mendaftar di website <https://cosplayrentalku.my.id/register>
2. Pernah menyewa perlengkapan cosplay di Cosplayrentalku
3. Tidak termasuk kedalam daftar Blacklist Cosplayrentalku

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Semua fenomena tersebut secara khusus disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2019). Instrumen penelitian diukur dengan kuesioner. Kuesioner mengenai promosi, kualitas layanan dan dalam bentuk tertulis untuk dijawab oleh responden. Penelitian ini diukur menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2016), kuesioner ini menawarkan 4 (empat) alternatif pilihan jawaban, yaitu: Sangat setuju (SS) dengan poin 4, Setuju (S) dengan poin 3, Tidak Setuju (TS)) dengan skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1. Skala Likert terkadang menghilangkan kutub antara setuju dan tidak setuju yaitu kejujuranâ.

Dalam hal ini, tergugat terpaksa mengambil sikap ekstrim setuju atau tidak setuju. Pertanyaan-pertanyaan seperti ini dimaksudkan untuk memberikan sudut pandang kepada responden yang tidak memungkinkan mereka untuk bersikap netral atau tidak mempunyai pendapat.

Tabel 1. Instrumen Penelitian

No	Pertanyaan	Simbol	Nilai Skor
1.	Sangat Setuju	SS	4
2.	Setuju	S	3
3.	Tidak Setuju	TS	2
4.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Hasil Output Penelitian, 2024

F. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 60 orang responden. Untuk mengetahui validitas setiap item pernyataan dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan kolom rhitung dan rtabel . Apabila rhitung > rtabel maka pernyataan tersebut valid.

1. Uji Validitas Promosi (X1)

Uji validitas kuesioner untuk variabel Promosi (X1) dalam penelitian ini dilakukan kepada 60 orang responden dengan df sebanyak 60 responden dan rtabel sebesar 0,2586. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Uji Validitas Promosi

NO	PERNYATAAN	rhitung	rtabel	Sig.	Ket.
1	Iklan teaser kostum pada Cosplayrentalku menarik perhatian	0,787	0,2586	0,05	Valid
2	Cosplayrentalku menyajikan iklan yang memiliki daya tarik bagi pelanggan	0,871	0,2586	0,05	Valid
3	Promo yang diberikan Cosplayrentalku sangat memuaskan	0,699	0,2586	0,05	Valid
4	Cosplayrentalku sering memberikan promo	0,832	0,2586	0,05	Valid

5	Cosplayrentalku Kendari selalu memberikan pelayan yang ramah	0,804	0,2586	0,05	Valid
6	Cosplayrentalku Kendari memberikan respon dan pelayanan dengan cepat	0,873	0,2586	0,05	Valid

Sumber: Hasil Output Penelitian, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan variabel promosi (X1) memiliki nilai rhitung > rtabel, yaitu 0,2586. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 6 (enam) butir pertanyaan pada variabel promosi (X1) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variable penelitian

2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Uji validitas kuesioner untuk variabel kualitas pelayana (X2) dalam penelitian ini di lakukan kepada 60 orang responden dengan df sebanyak 60 responden dan rtabel sebesar 0,2586. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Uji Validitas Kualitas Layanan

NO	PERNYATAAN	rhitung	rtabel	Sig.	Ket.
1	Cosplayrentalku Kendari merespon dengan cepat ketika ada keluhan dari pelanggan	0,824	0,2586	0,05	Valid
2	Cosplayrentalku Kendari memberikan pelayanan yang dapat diandalkan	0,857	0,2586	0,05	Valid
3	Cosplayrentalku Kendari memiliki ketanggapan yang baik dalam menangani kendala penyewa seperti tata cara menyewa, menggunakan kostum sampai pengembalian	0,904	0,2586	0,05	Valid
4	Cosplayrentalku Kendari memiliki respon yang cepat ketika adanya keluhan penyewa	0,911	0,2586	0,05	Valid
5	Cosplayrentalku Kendari memberikan jaminan kerahasiaan identitas penyewa	0,785	0,2586	0,05	Valid
6	Cosplayrentalku Kendari menjamin keamanan dan kenyamanan dalam menyewa.	0,753	0,2586	0,05	Valid
7	Cosplayrentalku Kendari sering membantu memberikan informasi terkait kostum atau memberi saran kepada penyewa.	0,639	0,2586	0,05	Valid
8	Cosplayrentalku Kendari memberikan kemudahan menyewa kepada seluruh penyewa.	0,710	0,2586	0,05	Valid
9	Cosplayrentalku Kendari memiliki tempat fisik serta aplikasi (website) yang mudah diakses.	0,739	0,2586	0,05	Valid

10	Dalam bertransaksi Cosplayrentalku Kendari memberikan kemudahan dalam metode pembayaran dengan menyediakan system pembayaran transfer / COD	0,657	0,2586	0,05	Valid
----	---	-------	--------	------	-------

Sumber: Hasil Output Penelitian, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai rhitung > rtabel, yaitu 0,2586. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 10 (sepuluh) butir pertanyaan variable kualitas pelayanan (X2) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian.

3. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji validitas kuesioner untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) dalam penelitian ini di lakukan kepada 60 orang responden dengan df sebanyak 60 responden dan rtabel sebesar 0,2586. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

NO	PERNYATAAN	rhitung	rtabel	Sig.	Ket.
1	Saya tetap menyewa di Cosplayrentalku Kendari walau ada tempat rental lain	0,792	0,2586	0,05	Valid
2	Saya lebih nyaman dan senang jika merental di Cosplayrentalku Kendari dibanding dengan tempat lain	0,907	0,2586	0,05	Valid
3	Pelayanan Cosplayrentalku Kendari sangat cepat dan ramah	0,693	0,2586	0,05	Valid
4	Cosplayrentalku Kendari sangat solutif dalam memberikan pilihan kostum yang cocok	0,774	0,2586	0,05	Valid
5	Kostum yang disewakan Cosplayrentalku Kendari sangat sesuai dengan deskripsi	0,895	0,2586	0,05	Valid
6	Sistem sewa Cosplayrentalku Kendari mudah dan aman	0,863	0,2586	0,05	Valid

Sumber: Hasil Output Penelitian, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai rhitung > rtabel, yaitu 0, 2586. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 6 (enam) butir pertanyaan terkait kepuasan pelanggan (Y1) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian

G. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan oleh responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan dengan menggunakan analisis reliabilitas melalui metode Croanbach Alpha, yang dimana suatu instrument dikatakan realibel (dapat diandalkan) jika memiliki nilai 0,6 atau lebih

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	149.6500	168.028	.096	.733
X1.2	149.6667	166.870	.171	.731
X1.3	149.4667	167.982	.101	.733
X1.4	149.6500	164.503	.323	.727
X1.5	149.7000	166.078	.191	.730
X1.6	149.6167	166.918	.147	.732
X2.1	149.8167	157.203	.691	.713
X2.2	149.7167	157.834	.723	.714
X2.3	149.8500	157.825	.690	.714
X2.4	149.8667	157.473	.638	.714
X2.5	149.7833	157.529	.691	.713
X2.6	149.7000	163.231	.371	.725
X2.7	149.6833	159.034	.674	.716
X2.8	149.5833	161.196	.563	.720
X2.9	149.6500	163.113	.361	.725
X2.10	149.5167	163.644	.460	.724
Y.1	149.6333	160.677	.594	.719
Y.2	149.7333	160.267	.540	.719
Y.3	149.7167	165.800	.198	.730
Y.4	149.5500	162.794	.484	.723
Y.5	149.7167	160.884	.479	.720
Y.6	149.8167	159.610	.460	.719
TOTAL	76.5833	42.383	1.000	.842

Sumber: Hasil Output Penelitian, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa koefisien reliabilitas variabel promosi (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan pelanggan (Y) > 0,6 yang berarti instrument penelitian tersebut dinyatakan reliabel dan layak dijadikan variable dalam pengukuran penelitian ini.

H. Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subjek yang dilaporkan sendiri dari responden individu. Respon tertulis diberikan sebagai jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diajukan oleh peneliti. Dengan alat berupa kuesioner dengan skala likert 1 sampai 4, dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

2. Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2019), data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian secara langsung, memberikan data kepada pihak-pihak yang berkepentingan secara langsung atau langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini jenis data yang dikumpulkan adalah data primer. Dalam menyusun penelitian ini, data utama yang digunakan adalah data berupa feedback dari pelanggan Cosplayrentalku Kendari

3. Cara Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019), cara mengumpulkan data dapat dilakukan dengan menyebarkan kuesioner seperti dengan menyebarkan Google Form. Oleh karena itu, metode pengumpulan data yang digunakan disini adalah dalam bentuk kuesioner. Mengutip dari Sugiyono (2019), kuesioner adalah salah satu teknik pengumpulan data dengan menyuguhkan kumpulan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden yang kemudian responden menjawab sesuai kondisi yang mereka alami. Oleh karena itu, peneliti menyebarkan kuesioner yang diisi langsung oleh pelanggan Cosplayrentalku untuk mengukur pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.

I. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk cara mengukur variabel. Definisi operasional sangat informatif untuk penelitian yang menggunakan variabel yang sama. Berikut definisi operasional penelitian yang akan dilakukan:

Tabel 6. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Variabel	Skala Ukur
1	Promosi (X1)	Menurut Kotler dan Armstrong (2019) promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan.	Periklanan Promosi Penjualan Hubungan Masyarakat	Likert
2	Kualitas Pelayanan (X2)	Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.	1.Kehandalan 2.Daya Tanggap 3.Jaminan 4.Empati 5.Bukti Fisik	Likert
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Aji & Marleni, 2018)	1. Setia 2. Pelayanan Sesuai Harapan 3. Tidak ada Komplain	Likert

Sumber: Hasil Output Penelitian, 2024

J. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018), teknik analisis data kuantitatif adalah kegiatan setelah data seluruh responden (populasi/sampel) terkumpul. Kegiatan analisis data meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mengagregasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab ketika merumuskan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. direkomendasikan.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk memeriksa apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik tidak boleh mengandung korelasi antar variabel independen.

Deteksi multikolinearitas dilihat dari nilai toleransi dan kebalikannya yaitu variance inflasi faktor (VIF). Kedua ukuran tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dijelaskan oleh variabel independen yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jika nilai toleransi $> 0,10$ dan $VIF < 10$ maka dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya jika nilai toleransi $< 0,10$ dan $VIF > 10$ maka terjadi multikolinieritas yang tinggi antar variabel independen.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel dengan menggunakan software Statistical Package for Social Sciences (SPSS) IBM. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi.

Variabel independen dilambangkan dengan $X_1, X_2, X_3 \dots X_n$ sedangkan variabel dependen dilambangkan dengan Y . (Priyatno, 2019)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan

Y = Keputusan Pelanggan

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

X_1 = Promosi

X_2 = Kualitas Pelayanan

ε = Error

3. Uji Hipotesa

Untuk menguji hipotesis yang diajukan perlu menggunakan analisis regresi melalui uji R^2 , uji t dan uji F. Tujuan analisis regresi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. -variabel bebas dalam hubungannya dengan variabel terikat.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Mengutip dari Ghozali (2018), Koefisien determinasi (R^2) pada hakikatnya mengukur kemampuan model dalam menjelaskan secara bersama-sama variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kekuatan variabel dependen sangat lemah atau tidak kuat (terbatas). Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen sangat memberikan seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen

b. Uji Statistik F

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika Fhitung lebih besar dari Ftabel maka persamaan regresi tersebut penting. Suatu model dikatakan signifikan jika nilai probabilitasnya lebih rendah dari 5%, sehingga semakin rendah nilainya maka semakin baik (Ghozali, 2016)

c. Uji Statistik t

Uji Statistik t bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh tiap variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji statistic t disebut juga dengan uji parsial yang berarti menguji setiap variabel independen. Untuk melihat koefisien variabel independen mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak, yaitu:

- a. Apabila tingkat signifikansi t masing-masing variabel yang diperoleh dari hasil pengolahan lebih rendah dari nilai signifikansi yang digunakan (5%), maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Apabila tingkat signifikansi t masing-masing variabel yang diperoleh dari hasil pengolahan lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan (5%), maka sebagian variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Deskriptif

1. Identitas Responden

Identitas responden disajikan untuk mengetahui keadaan atau latar belakang responden sebagai sampel. Identitas responden diuraikan melalui pengelompokan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat penghasilan, dan sudah berapa kali menyewa di Cosplayrentalku Kendari. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 orang. Responden merupakan masyarakat yang berada di Kendari dan pernah merental di Cosplayrentalku Kendari.

Adapun pengisian kuesioner penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui Google Form dengan beberapa responden untuk menjawab pertanyaan pada kuesioner yang telah diberikan. Berdasarkan data yang telah diisi oleh responden, diperoleh kondisi responden tentang jenis kelamin, usia, penghasilan per bulan, dan intensitas penyewaan kostum cosplay adalah sebagai berikut

2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Konsumen Cosplayrentalku Kendari dapat berupa laki-laki ataupun perempuan, sehingga dalam pengambilan sampel ini dipilih sampel dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan supaya dapat mengukur responden yang sesuai dan dapat mewakili populasi.

Berikut data mengenai jumlah responden dilihat dari jenis kelamin responden:

Tabel 7. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	15 orang	25%
2	Perempuan	45 orang	75%
	Jumlah	60 orang	100%

Sumber: Hasil Output Penelitian, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar koresponden berjenis kelamin perempuan sebanyak 45 orang (75%) sementara responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 15 orang (25%).

3. Responden Berdasarkan Usia

Usia dapat mengukur tingkat pemikiran seseorang mulai dari remaja sampai orang tua, maka hal ini memungkinkan responden bervariasi dalam hal usia. Target konsumen Cosplayrentalku Kendari adalah untuk segala umur. Maka dari itu usia responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di wilayah Kendari di umur 17 tahun sampai > 29 tahun dengan hasil sebagai berikut

Tabel 8. Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Frekuensi	Presentase
1.	17 - 20 Tahun	26 orang	43.3%
2.	21 - 24 Tahun	14 orang	23.3%
3.	25 - 28 Tahun	13 orang	21.7%
4.	> 29 Tahun	7 orang	11.7%
	Jumlah	60 orang	100%

Sumber: Hasil Output Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah berumur 17 - 20 tahun dengan jumlah 26 orang (43.3%). Berdasarkan data yang telah diolah didapatkan bahwa konsumen Cosplayrentalku Kendari didominasi oleh kalangan usia 17 - 20 tahun.

4. Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan adalah biaya yang didapatkan seseorang untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Penghasilan per bulan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penghasilan yang didapatkan responden baik dari hasil bekerja maupun pemberian dari orang tuanya

Tabel 9. Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan	Frekuensi	Presentase
1.	< 1.000.000	15 orang	25%
2.	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	13 orang	21.7%
3.	Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	15 orang	25%
4.	> Rp 4.000.000	17 orang	28.3%
	Jumlah	60 orang	100%

Sumber: Hasil Output Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel di atas, responden dengan penghasilan > Rp 4.000.000. merupakan responden terbanyak dengan jumlah responden sebanyak 17 orang atau 28.3%.

5. Responden Berdasarkan Intensitas Merental di Cosplayrentalku Kendari

Data mengenai intensitas responden merental perlengkapan kostum cosplay di Cosplayrentalku Kendari dimaksudkan untuk mengetahui seberapa sering responden merental kembali kostum di Cosplayrentalku Kendari. Berikut data responden berikut intensitas mereka dalam melakukan perentalan kembali di Cosplayrentalku Kendari :

Tabel 10. Responden Berdasarkan Intensitas Merental di Cosplayrentalku Kendari

No	Intensitas	Frekuensi	Presentase
1.	<=2 Kali	9 orang	15%
2.	3-5 Kali	14 orang	23.3%
3.	>5 Kali	37 orang	61.7%
	Jumlah	60 orang	100%

Sumber: Hasil Output Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden merental di Cosplayrentalku Kendari sebanyak >5 kali, yakni sebanyak 37 responden atau sebesar 61.7%.

B. Hasil Uji Instrumen Data

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Tabel 11. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.568	6.955		-.513	.609		
	pelayanan	.466	.179	.267	2.606	.011	.814	1.229
	promosi	.669	.316	.217	2.116	.037	.814	1.229

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber: Hasil Output Penelitian, 2024

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas, dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai variance infaltion factor (VIF). Yang umum dipakai pada nilai cut off adalah nilai tolerance >0,10 atau VIF < 10. Jika VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas, (Ghozali, 2018). Berdasarkan tabel berikut dapat dilihat hasil perhitungan nilai statistik VIF dan Collinearity Tollerance. Nilai VIF untuk kedua variabel memenuhi syarat sig. dimana nilainya < 10 yaitu sebesar 1,229. Sedangkan nilai Collinearity Tollerance juga memenuhi syarat dimana nilainya > 0,10 yaitu

sebesar 0,814. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen pada persamaan regresi.

2. Uji Hipotesa

a. Uji Model t

Tabel 12. Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.568	6.955		-.513	.609
	pelayanan	.466	.179	.267	2.606	.011
	promosi	.669	.316	.217	2.116	.037

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber: Hasil Output Penelitian, 2024

Dari tabel diatas, maka kesimpulan dari uji-t sebagai berikut :

- 1) **Hasil uji : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Menyewa.** Pada tabel 4.15 diketahui nilai thitung untuk variabel Promosi (X1) sebesar $t_{hitung} = 2,116 > t_{tabel} = 2,017$ dengan tingkat signifikansi (0,037) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Promosi berpengaruh dan signifikan. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan dalam menyewa di Cosplayrentalku Kendari
- 2) **Hasil uji : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Menyewa.** Pada tabel 4.15 diketahui nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar $t_{hitung} = 2,606 > t_{tabel} = 2,017$ dengan tingkat signifikansi (0,011) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam menyewa di Cosplayrentalku Kendari

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap 60 orang responden, maka dapat diketahui bagaimana tanggapan para responden terhadap variabel-variabel yang diajukan dalam kuesioner. Tanggapan responden tersebut dijelaskan dalam pembahasan berikut

1. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Mental

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.15, diketahui bahwa variabel promosi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,037 lebih kecil dari taraf kesalahan 0,05 dengan nilai t hitung sebesar 2,116 maka dapat dikatakan variabel promosi berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan yang menyewa kostum/perlengkapan cosplay di Cosplayrentalku Kendari. Hasil analisis diatas dapat diartikan bahwa apabila promosi yang dilakukan semakin meningkat maka kepuasan mental konsumen pada Cosplayrentalku Kendari. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, para konsumen senang merental di Cosplayrentalku Kendari dibandingkan di tempat lain karena banyaknya kegiatan promosi yang dilakukan. Promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat serta keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk melakukan transaksi lebih banyak lagi (Kotler dan Armstrong 2019).

Berbagai upaya promosi yang telah dilakukan oleh Cosplayrentalku Kendari adalah dengan menyediakan layanan menyewa satu hari yang tidak ada pada rentalan lain serta promo di hari-hari besar seperti Natal, Tahun baru, imlek dan valentine.

Terdapat berbagai macam promosi yang ditawarkan dalam program tersebut seperti program diskon apabila menyewa lebih dari 1 kostum, potongan ongkir apabila menggunakan kurir official dari Cosplayrentalku Kendari, juga system poin yang dapat digunakan untuk mendapatkan gratis promo rental apabila sudah mencapai point tertentu. Semua program

promosi yang dilakukan oleh Cosplayrentalku yang paling menarik menurut pelanggan adalah program rental satu hari karena tidak semua orang butuh merental dalam waktu lama dan harga merental satu hari tentunya lebih murah dibandingkan dengan harga sewa standar (tiga hari). Selain itu system poin juga sangat diminati sehingga mereka jadi berlomba-lomba untuk sering merental atau menawarkan saudara lainnya untuk merental menggunakan akunnya supaya poin miliknya bertambah dan dapat ditukarkan dengan promo gratis merental

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sehroh (2023) dengan Judul “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee di Wilayah Surabaya” yang menunjukkan Variabel kualitas pelayanan serta promosi sama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee di Surabaya.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Merental

Berdasarkan tabel 4.15 di ketahui bahwa nilai t hitung dan t tabel atau $2,606 > 2,017$ selain itu di ketahui bahwa signifikansi dari X^2 terhadap Y adalah 0,011 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$). Jadi dapat di simpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas dalam pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menyewa kostum cosplay. Mengutip dari Kotler (2019), Kualitas pelayanan tersebut adalah bentuk penilaian dari pelanggan atas segala pelayanan yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang mereka harapkan. Kualitas ini merupakan sebuah tingkatan kemampuan (ability) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Pelayanan bertujuan memfasilitasi para pelanggan saat mereka menyewa di Cosplayrentalku Kendari. Kualitas layanan adalah kesesuaian antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang di terima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas layanan di persepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya jika layanan yang di terima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.

Dalam hal ini, Cosplayrentalku Kendari telah memenuhi pelayanan terbaik mereka seperti membantu pelanggan dalam menggunakan kostum karena seperti yang diketahui, perlengkapan dan pemakaian kostum Cosplay sedikit berbeda dengan memakai kostum lainnya dikarenakan pengguna harus memakai semirip mungkin dengan karakter baik dari film maupun game yang di perankan. Cosplayrentalku Kendari tidak segan-segan untuk mengajarkan via online maupun langsung ketika datang di event. Pelayanan lainnya yang sangat memuaskan juga yaitu admin yang sangat ramah dan sabar karena di beberapa rentalan lain biasanya jika terjadi masalah lebih memilih langsung melakukan blacklist dibandingkan mediasi terlebih dahulu. Dan yang terakhir, karena Cosplayrentalku sudah berbasis Sistem di website. Data dan keamanan pelanggan lebih nyaman serta tidak khawatir adanya jadwal sewa yang tumpang tindih karena jadwalnya bisa langsung di lihat oleh semua orang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Andi & Emmy (2014) dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Penyewaan Kostum dan Kualitas Jasa Perbaikan Kostum Terhadap Kepuasan Konsumen” yang menunjukkan variabel kualitas jasa perbaikan kostum serta pelayanan jasa penyewaan kostum sama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Industri AAC

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang menyewa di Cosplayrentalku Kendari. Berdasarkan analisa data dan pembahasan mengenai variabel promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka dapat disimpulkan:

1. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menyewa di Cosplayrentalku Kendari dimana nilai signifikansi dari X1 terhadap Y adalah 0,037 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$).
2. kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang melakukan sewa kostum dan perlengkapan cosplay di Cosplayrentalku Kendari dimana nilai signifikansi dari X2 terhadap Y adalah 0,011 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$).

V. REFERENSI

- Emmy, S., Purba, J.H.V. and Rangga, M., 2006. *Pengaruh endoser pada media iklan televise terhadap citra produk*. *Journal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), pp.99-103.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Pelanggan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82. <https://doi.org/10.32507/ajei.v9i2.451>
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran, edisi millennium, jilid 1*. PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler Philip. (2005), *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, PT. Indeks Kelompok*. Gramedia, Jakarta.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2009). *Manajemen pemasaran Edisi ketigableas. Jilid I. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition New*. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. GO-JEK). *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67–81. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.91>
- Sugiyono. 2001. *Perilaku Pembelian Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Rosda: Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.