



## Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Tenaga Kerja Terhadap Retensi Klien di PT Primac Perkasa Indonesia

Siti Zahra Hanifa<sup>1</sup>, Joko Prasetyo<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang  
[sitizahra302@gmail.com](mailto:sitizahra302@gmail.com) , [dosen01924@unpam.ac.id](mailto:dosen01924@unpam.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas layanan tenaga kerja terhadap retensi klien pada PT Primac Perkasa Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan populasi sekaligus sampel jenuh sebanyak 90 responden. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi klien dengan persamaan regresi  $\hat{Y} = 37,274 + 0,122X_1$ . Nilai korelasi sebesar 0,344 menunjukkan hubungan yang rendah, dengan koefisien determinasi 11,8%. Uji hipotesis memperoleh  $t$  hitung 2,935 >  $t$  tabel 2,084 (sig. 0,000 < 0,05), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kualitas layanan tenaga kerja juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi klien dengan persamaan regresi  $\hat{Y} = 29,107 + 0,285X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0,346 menunjukkan hubungan yang rendah, dengan koefisien determinasi 12%. Uji hipotesis memperoleh  $t$  hitung 2,950 >  $t$  tabel 2,084 (sig. 0,000 < 0,05), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Secara simultan, promosi dan kualitas layanan tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap retensi klien dengan persamaan regresi  $\hat{Y} = 30,794 + 0,079X_1 + 0,188X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0,394 menunjukkan tingkat hubungan yang lemah. Nilai koefisien determinasi sebesar 15,5%, yang berarti kedua variabel bebas tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 15,5% variasi retensi klien pada PT Primac Perkasa Indonesia, sedangkan sisanya sebesar 84,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini

**Kata Kunci:** Promosi, Kualitas Layanan Tenaga Kerja, Retensi Klien.

### 1. Latar Belakang

Tingkat persaingan dunia usaha di Indonesia sangat ketat, perusahaan penyedia jasa tenaga kerja seperti PT Primac Perkasa Indonesia dituntut untuk terus meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas layanan guna mempertahankan klien yang sudah ada. Retensi klien menjadi aspek vital dalam keberlangsungan bisnis karena biaya untuk mempertahankan klien yang sudah ada jauh lebih rendah dibandingkan dengan biaya untuk mendapatkan klien baru. PT Primac Perkasa Indonesia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan jasa tenaga kerja telah mengimplementasikan berbagai strategi promosi dan upaya peningkatan kualitas layanan tenaga kerja. Namun, efektivitas dari strategi-strategi tersebut dalam konteks retensi klien belum dievaluasi secara komprehensif.

Media sosial telah menjadi platform promosi yang dominan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data dari We Are Social dan Hootsuite (2024), pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta orang atau sekitar 68,9% dari total populasi. Angka ini menunjukkan adanya potensi besar media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan klien. PT Primac Perkasa Indonesia telah memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, LinkedIn, Facebook dan media Tiktok untuk mempromosikan layanannya, namun belum ada kajian mendalam mengenai efektivitas promosi tersebut terhadap retensi klien.

Di sisi lain, kualitas layanan tenaga kerja yang disediakan oleh PT Primac Perkasa Indonesia menjadi faktor penentu kepuasan klien. Aspek-aspek seperti kompetensi, responsivitas, keandalan, dan profesionalisme tenaga kerja berperan penting dalam membentuk persepsi klien terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Meskipun perusahaan telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas layanan, hubungan antara kualitas layanan dan retensi klien masih perlu diteliti lebih lanjut. Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis efektivitas promosi media sosial dan kualitas layanan tenaga kerja dalam meningkatkan retensi klien PT Primac Perkasa Indonesia. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi retensi klien serta menjadi dasar untuk pengembangan strategi yang lebih efektif dimasa mendatang.

PT Primac Perkasa Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa outsourcing, yang menyediakan berbagai jenis tenaga kerja profesional sesuai kebutuhan klien. Beberapa layanan utama yang ditawarkan antara lain Primac Guard (penyediaan tenaga keamanan), Primac Clean (layanan kebersihan), dan Primac Support (tenaga pendukung operasional lainnya). Sejak berdiri pada tahun 2018, PT Primac Perkasa Indonesia telah berkomitmen untuk menyediakan sumber daya manusia yang terlatih, disiplin, dan siap bekerja secara profesional di berbagai sektor industri, mulai dari perkantoran, rumah sakit, pusat perbelanjaan, hingga kawasan industri.

Sebagai penyedia layanan outsourcing, keberhasilan perusahaan tidak hanya diukur dari seberapa banyak klien yang berhasil diperoleh, tetapi juga dari seberapa mampu perusahaan mempertahankan hubungan kerja sama jangka panjang dengan klien yang sudah ada. Dalam industri jasa, hal ini dikenal dengan istilah retensi klien, yang menjadi indikator penting terhadap keberlanjutan dan reputasi bisnis.

Mengacu pada indikator kualitas layanan tenaga kerja, hal ini disebabkan juga oleh faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas tersebut, seperti kompetensi tenaga kerja, sikap kerja, motivasi, dan kemampuan komunikasi dalam melayani pelanggan. Kompetensi yang dimiliki tenaga kerja menentukan sejauh mana mereka memahami produk, prosedur kerja, serta cara memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Keterbatasan Variabel dan Indikator Keberhasilan Bisnis (B2B), Sebagian besar penelitian terdahulu masih menguji variabel promosi dan kualitas layanan secara terpisah terhadap loyalitas atau kepuasan pelanggan (Dewi & Santoso, 2020; Rahayu et al., 2021; Nugraha et al., 2022). Hanya sedikit studi yang mengkaji pengaruh kedua variabel tersebut secara bersamaan (Wijaya & Kusuma, 2023; Firmansyah et al., 2024), namun output akhirnya cenderung berhenti pada indikator kepuasan. Padahal, dalam konteks bisnis B2B seperti industri outsourcing, retensi klien yang diukur melalui perpanjangan kontrak nyata merupakan indikator keberhasilan yang jauh lebih relevan dan terukur dibandingkan sekadar kepuasan pelanggan (Rahayu et al., 2021; Firmansyah et al., 2024).

Celah Konteks Ukuran Perusahaan dan Spesifikasi Layanan, Mayoritas studi yang ada umumnya berfokus pada perusahaan outsourcing berskala besar atau BUMN (Sari & Hidayat, 2023; Kurniawan & Rosyidah, 2025), serta perusahaan dengan layanan tunggal seperti jasa kebersihan atau keamanan saja (Handayani & Purnomo, 2022; Wijaya & Kusuma, 2023). Hingga saat ini, belum ada penelitian yang secara spesifik menyoroti perusahaan penyedia jasa tenaga kerja outsourcing multi-layanan berskala menengah yang menawarkan berbagai posisi secara terintegrasi seperti yang dilakukan oleh PT Primac Perkasa Indonesia. Hal ini menciptakan celah empiris karena karakteristik operasional perusahaan skala menengah tentu berbeda dari perusahaan besar atau layanan tunggal.

Tantangan Efektivitas Promosi Lapangan dan Dinamika Pasca-Pandemi, Penelitian terdahulu sering kali menggeneralisasi bahwa promosi digital efektif untuk semua segmen. Namun, studi tersebut mengabaikan fakta bahwa tenaga kerja lapangan (petugas keamanan, kebersihan, dan operator) memiliki keterbatasan akses terhadap media digital, sehingga pengaruh promosi dalam kondisi keterbatasan adopsi teknologi ini belum dikaji secara mendalam. Selain itu, dinamika bisnis outsourcing telah berubah signifikan pada periode pasca-pandemi (2022–2025), baik dari segi pergeseran promosi maupun lonjakan permintaan layanan. Penelitian yang memotret pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap retensi klien dalam periode ini masih sangat terbatas, terutama bagi perusahaan yang baru merintis di pasar kompetitif (Anggraini & Setiawan, 2024).

Berdasarkan dari temuan dalam penelitian-penelitian sebelumnya, studi ini diharapkan untuk menjawab pertanyaan yang belum terjawab—bagaimana promosi dan kualitas layanan tenaga kerja secara bersama-sama membentuk keputusan klien untuk tetap bermitra. PT Primac Perkasa Indonesia dipilih sebagai objek kajian karena perusahaan ini mewakili realitas nyata perusahaan outsourcing multi-layanan skala menengah yang selama ini luput dari perhatian peneliti. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, setiap variabel diukur secara konkret agar hasilnya benar-benar relevan bagi dinamika bisnis to bisnis jasa tenaga kerja di Indonesia.

Lebih dari sekadar karya akademik, penelitian ini diharapkan menjadi jembatan antara teori dan praktik. Peneliti berharap hasil yang didapatkan menjadi panduan nyata bagi perusahaan-perusahaan penyedia jasa tenaga kerja terutama yang masih mencari formula tepat untuk membangun hubungan jangka panjang dengan kliennya dalam merancang strategi promosi yang tepat sasaran dan terus meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan

## 2. Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Menurut Sugiyono (2021: 8) metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik.” Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpulkan dari responden menggunakan kuesioner. Sugiyono (2022: 7), menyatakan bahwa metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel sosiologis dan

psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas lokasi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Menurut Sugiyono (2023: 137), teknik accidental sampling digunakan bila peneliti memilih siapa saja yang kebetulan ditemui di lokasi penelitian dan bersedia menjadi responden. Menurut Sugiyono (2022: 7), penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih

Lokasi dalam penelitian ini berada di PT Primac Perkasa Indonesia, merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa (Outsourcing). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli Tahun 2025 sampai dengan Maret Tahun 2026

Menurut Sugiyono (2022: 80) dalam buku penelitian kuantitatif “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Perbedaan itu disebabkan karena adanya nilai karakteristik yang berlainan. Dalam metode penelitian, kata populasi sangat populer yang dipergunakan untuk menyebutkan sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 90 responden, disebar ke 30 perusahaan yang telah bekerja sama dengan PT Primac Perkasa Indonesia berbagai daerah di Indonesia. Dalam pengumpulan data ini, setiap perusahaan yang bekerja sama dengan PT Primac Perkasa Indonesia diwakili oleh 3 responden guna memberikan penilaian terhadap kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2021: 127) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah serta ciri - ciri yang dimiliki oleh populasi tersebut. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif mewakili. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode menggunakan teknik sampling jenuh (sensus). Menurut Sugiyono, (2021: 128) teknik mengambil sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut (Tarjo, 2019: 57) sampling jenuh adalah teknik pengambilan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel.

Pada penelitian ini sampel yang diambil adalah perusahaan yang telah menggunakan jasa layanan tenaga kerja outsourcing di PT Primac Perkasa Indonesia yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia

### 3. Hasil dan Diskusi

Uji Validitas

**Tabel 4.1**  
**Uji Validitas Promosi (X1)**

Butir Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	0,414	0,2072	Valid
2.	0,569	0,2072	Valid
3.	0,783	0,2072	Valid
4.	0,810	0,2072	Valid
5.	0,765	0,2072	Valid
6.	0,744	0,2072	Valid
7.	0,610	0,2072	Valid
8.	0,689	0,2072	Valid
9.	0,645	0,2072	Valid
10.	0,867	0,2072	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 26 Tahun 2026

Berdasarkan data tabel di atas, terdapat 10 soal pernyataan dari variabel (X1) dari keseluruhan butir dapat dipastikan valid, karena nilai r hitung yang dihasilkan lebih besar dari nilai r tabel

**Tabel 4.2**  
**Uji Validitas Kualitas Layanan Tenaga Kerja (X2)**

Butir Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,519	0,2072	Valid
2	0,769	0,2072	Valid
3	0,808	0,2072	Valid
4	0,790	0,2072	Valid
5	0,796	0,2072	Valid

6	0,740	0,2072	Valid
7	0,773	0,2072	Valid
8	0,805	0,2072	Valid
9	0,815	0,2072	Valid
10	0,761	0,2072	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 26 Tahun 2026

Berdasarkan data tabel di atas, terdapat 10 soal pernyataan dari variabel (X2) dari keseluruhan butir dinyatakan valid, karena nilai r hitung yang dihasilkan lebih besar dari nilai pada r Tabel

**Tabel 4.1**  
**Uji Validitas Retensi Klien (Y)**

Butir Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,717	0,2072	Valid
2	0,649	0,2072	Valid
3	0,787	0,2072	Valid
4	0,734	0,2072	Valid
5	0,617	0,2072	Valid
6	0,701	0,2072	Valid
7	0,620	0,2072	Valid
8	0,540	0,2072	Valid
9	0,732	0,2072	Valid
10	0,742	0,2072	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 26 Tahun 2026

Berdasarkan data tabel di atas, terdapat 10 soal pernyataan variabel (Y) dari keseluruhan butir dapat dipastikan valid, karena nilai r hitung yang dihasilkan lebih besar dari nilai r tabel

Uji Reliabilitas

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Promosi	0,878	Reliabilitas Sangat Tinggi
2	Kualitas Layanan Tenaga Kerja	0,916	Reliabilitas Sangat Tinggi
3	Retensi Klien	0,873	Reliabilitas Sangat Tinggi

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 26 Tahun 2026

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60. Dalam hal ini semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Variabel X1 nilai Cronbach Alpha sebesar 0,878 berada pada kriteria tingkat reliabilitas 0,80-1,00 dinyatakan reliabilitas sangat tinggi. Variabel X2 nilai Cronbach Alpha sebesar 0,916 berada pada kriteria tingkat reliabilitas 0,80-1,00 dinyatakan reliabilitas sangat tinggi. Variabel Y nilai Cronbach Alpha sebesar 0,873 berada pada kriteria tingkat reliabilitas 0,80-1,00 dinyatakan reliabilitas sangat tinggi

Uji Normalitas

**Tabel 4.3**  
**One Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.85011171
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.039
	Negative	-.056
Test Statistic		.122

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 26 Tahun 2026

Berdasarkan informasi data dari tabel uji normalitas, tampak bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) mencapai 0,200 > 0,05. Dari hasil ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa pengaruh promosi dan kualitas layanan tenaga kerja terhadap retensi klien memiliki distribusi normal

#### Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.4**  
**Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	Tolerance	VIF
	Promosi	.531	1.882
	Kualitas Layanan Tenaga Kerja	.531	1.882

a. Dependent Variable: Retensi Klien

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 26 Tahun 2026

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa untuk variabel promosi dan kualitas layanan tenaga kerja, nilai toleransi mencapai 0,531 > 0,10 dan nilai VIF untuk kedua variabel tersebut adalah 1,882 < 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas pada variabel promosi dan kualitas layanan tenaga kerja

#### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.5**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.345	1.285		2.604	.011
	Promosi	-.022	.047	-.068	-.464	.644
	Kualitas Layanan Tenaga Kerja	.011	.044	.037	.250	.803

a. Dependent Variable: ABRESID

Berdasarkan informasi data dari tabel di atas melalui uji Glejser, dapat diketahui bahwa variabel promosi dan kualitas layanan tenaga kerja menunjukkan nilai signifikan > 0,05. Yaitu untuk variabel promosi mendapat nilai (sig) 0,644 > 0,05 dan variabel kualitas layanan tenaga kerja memiliki nilai sig 0,803 > 0,05

Uji Autokorelasi

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.855 <sup>a</sup>	.732	.725	3.894	2.093
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Tenaga Kerja, Promosi					
b. Dependent Variable: Retensi Klien					

Berdasarkan informasi dari data di atas bahwa nilai uji Durbin Watson yang diperoleh yaitu 2.093. Banyaknya variabel independen atau k sebanyak 2 variabel dan banyaknya n yaitu sebanyak 90 responden. Maka dapat diperoleh dL sebesar 1.7026 dan dU sebesar 1.5889 dari tabel Durbin Watson. Oleh karena itu  $dU = 1.5889 < d = 2.093 < 4 - dU = 2.4111$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi. Durbin Watson yang diperoleh 2,093 berada pada kriteria 1,55-2,46. Sesuai dengan ketentuan, model regresi ini menunjukkan tidak adanya gejala autokorelasi

Analisis Regresi

**Tabel 4.7**  
**Analisis Regresi Linier Berganda X1, X2 Terhadap Y**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.456	2.078		2.144	.035
Promosi	.127	.076	.127	1.667	.099
Kualitas Layanan Tenaga Kerja	.720	.072	.763	10.017	.000
a. Dependent Variable: Retensi Klien					

Berdasarkan pada capaian regresi linier berganda pada tabel di atas, diperoleh persamaan berikut:

$$Y^{\wedge} = 4,456 + 0,127 X1 + 0,720 X2$$

Keterangan:

Konstanta yang diperoleh adalah sebesar 4,456 Artinya, jika variabel promosi dan kualitas layanan tenaga kerja bernilai nol atau tidak terjadi peningkatan, maka retensi klien tetap berada pada angka 4,456.

Nilai koefisien regresi untuk variabel promosi adalah 0,127 dan bernilai positif. Ini menunjukkan bahwa apabila promosi bertambah satu unit, dengan asumsi kualitas layanan tenaga kerja tetap, maka retensi klien akan naik sebesar 0,127.

Sementara itu, nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan tenaga kerja adalah 0,720 dan juga bernilai positif. Ini menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan tenaga kerja bertambah satu unit dengan asumsi promosi tetap, maka retensi klien akan naik sebesar 0,720

Uji Koefisien Korelasi

**Tabel 4.8**  
**Uji Koefisien Korelasi Promosi dan Kualitas Layanan Tenaga Kerja Terhadap Retensi Klien**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 <sup>a</sup>	.732	.725	3.894
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Tenaga Kerja, Promosi				

Berdasarkan dengan tabel koefisien korelasi di atas, diketahui bahwa nilai korelasi antara variabel promosi dan kualitas layanan tenaga kerja adalah 0,855. Nilai ini berada dalam interval 0,800 – 1,000, yang menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel tersebut secara simultan terhadap retensi klien yang menghasilkan tingkatan yang sangat kuat

Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4.9**  
**Uji Koefisien Determinasi Promosi dan Kualitas Layanan Tenaga Kerja secara simultan Terhadap Retensi Klien**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 <sup>a</sup>	.732	.725	3.894
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Tenaga Kerja, Promosi				

Hasil pengujian menunjukkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) di atas menunjukkan hubungan antara variabel promosi dan variabel kualitas layanan tenaga kerja terhadap retensi karir. Dengan nilai r square sebesar 0,732, ini berarti bahwa promosi dan kualitas layanan tenaga kerja berkontribusi terhadap retensi klien sebesar 73,2% Sementara itu 26,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini

Uji Hipotesis Parsial (Uji t Hitung)

**Tabel 4.10**  
**Uji t Parsial Variabel Promosi Terhadap Retensi Klien**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.610	2.790		4.520	.000
	Promosi	.648	.081	.650	8.014	.000
a. Dependent Variable: Retensi Klien						

Hasil uji t secara parsial mengungkapkan bahwa nilai t hitung untuk variabel promosi adalah 8,014 lebih besar dari t tabel 1,987, dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Temuan di atas mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan dan positif antara promosi terhadap retensi klien di PT Primac Perkasa Indonesia

**Tabel 4.11**  
**Uji t Parsial Kualitas Layanan Tenaga Kerja Terhadap Retensi Klien**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	5.796	1.935		2.995	.004
Kualitas Layanan Tenaga Kerja	.802	.053	.850	15.154	.000

a. Dependent Variable: Retensi Klien

Hasil uji t secara parsial mengungkapkan bahwa nilai t hitung untuk variabel kualitas layanan tenaga kerja adalah 15,154 lebih besar dari t tabel 1,987, dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Temuan ini mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan dan positif antara kualitas layanan tenaga kerja terhadap retensi klien di PT Primac Perkasa Indonesia.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F Hitung)

**Tabel 4.12**  
**Uji f Promosi dan Kualitas Layanan Tenaga Kerja Terhadap Retensi Klien di PT Primac Perkasa Indonesia**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3594.943	2	1797.472	118.534	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1319.279	87	15.164		
	Total	4914.222	89			

a. Dependent Variable: Retensi Klien  
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Tenaga Kerja, Promosi

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 118,534 lebih besar dari f tabel 3,10 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima yang berarti promosi dan kualitas layanan tenaga kerja secara simultan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap retensi klien di PT Primac Perkasa Indonesia

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Tenaga Kerja terhadap Retensi Klien, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Promosi berpengaruh signifikan terhadap Retensi Klien dengan persamaan regresi  $\hat{Y} = 12,610 + 0,648X_1$ , dengan nilai korelasi sebesar 0,650 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 42,2%. Uji Hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  1,987 dengan tingkat signifikansinya  $0,000 < 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap retensi klien pada PT Primac Perkasa Indonesia. Kualitas layanan tenaga kerja berpengaruh terhadap retensi klien pada Primac Perkasa Indonesia dengan persamaan regresi  $\hat{Y} = 5,796 + 0,802X_2$ , dengan nilai korelasi 0,850 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 73,2%. Uji Hipotesis diperoleh t hitung 15,154 > t tabel 1,987 dengan tingkat signifikansinya  $0,000 < 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan tenaga kerja terhadap retensi klien pada PT Primac Perkasa Indonesia. Promosi dan Kualitas Layanan Tenaga Kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Retensi Klien dengan persamaan regresi  $\hat{Y} = 4,456 + 0,127X_1 + 0,720X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0,855 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 73,2%, sedangkan sisanya sebesar 26,8% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis simultan diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau ( $118,534 > 3,10$ ). Dengan demikian H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>3</sub> diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan Promosi dan Kualitas Layanan Tenaga Kerja terhadap Retensi Klien di PT Primac Perkasa Indonesia

## Referensi

1. Aditama. (2020). Manajemen dan Organisasi. Jakarta: Prenadamedia Group.
2. Alkitbi, S. S., Alshurideh, M., Al Kurdi, B., & Salloum, S. A. (2020). *The impact of service quality on customer retention in digital services. International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(2), 656–667.
3. American Marketing Association. (2017). *Definition of Marketing. AMA*.
4. Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(3).
5. Anjayati, R. (2021). Analisis kualitas layanan berbasis SERVQUAL pada sektor jasa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2).
6. Artha, R., Zahara, S., Bahri, S., & Sari, M. (2022). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
7. Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh promosi media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 21(1).
8. Christian, R., & Sulistiyani, A. (2021). Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Andi.
9. Dzikra, A. (2020). Kualitas pelayanan sebagai strategi peningkatan kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).
10. Fetais, A. H., Aljafari, A., & Rana, N. P. (2022). *The impact of social-media marketing activities on consumers' loyalty intentions. International Business Education Journal*, 15(2), 182–205.
11. Hersey, P., & Blanchard, K. H. (1993). *Management of Organizational Behavior. New Jersey: Prentice Hall*.
12. Ilmi, M., & Zulkarnain. (2023). Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 6(1).
13. Kotler, P. (2016). *Marketing Management (15th ed.). New Jersey: Pearson Education*.
14. Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing. New Jersey: Pearson Education*.
15. Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management. New Jersey: Pearson Education*.
16. Manengal, R. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2).
17. Putri, D. A. (2020). Standar pelayanan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1).
18. Salamah, S. (2022). Kualitas pelayanan dan retensi pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2).
19. Santoso, B., & Pranata, R. (2023). Manajemen Modern: Teori dan Praktik di Era Digital. Jakarta: Erlangga.
20. Sugiarjo, E., & Octaviana, R. (2021). Pengukuran kualitas layanan menggunakan SERVQUAL. *Jurnal Manajemen Jasa*, 4(1).
21. Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
22. Cici Rizki Oktaviani & Muji Gunarto (2023), *Proceedings of the 4th Asia Pacific Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, hal 640-648 (2023).
23. Ratih Millenia Wardani dan Andriansyah Bachtillah Putra (2024). *Jurnal Master Manajemen Volume*. e-ISSN: 3025-7433; p-ISSN: 3025-7441, Hal 157-166.
24. Saeed MZ A Tarabieh (2022) *Jordan Journal of Business Administration* Vol. 18 Issue. 4 Hal. 477-499
25. Bhenu Artha, Inna Zahara, Bahri, & Niken Permata Sari. *Journal Social Science Studies* Vol. 2 No. 11 Hal. 030-045, ISSN: 2798-2688.
26. Qing Yang, Naem Hayat, Abdullah Al Mamun, Zafir Khan Mohamed Makhbul, & Noor Raihani Zainol, *Djournal PLOS ONE*, 2022, Volume 17 Nomor 3.
- a. N. Kurniawan, Ruspindi Junaedi, I. W. Joko Adinegara, G. N. Budi Santoso, R Tri Priyono Budi Santoso (2024), *Jurnal: The Es Economics and Entrepreneurship*, Vol. 3 No. 01 (2024), hal. 60-73.
27. Muhamad Hidayat Santosa & Sri Wahyuni Ratnasari (2025). *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol. 2 No. 3 Hal. 157-166.
28. Uswatun Chasanah dan Muhammad Fauzan. *Jurnal Riset Manajemen*. Vol. 8, No. 1, E-ISSN : 2624-492X P-ISSN : 2355-938. Hal. 1 – 16
29. Nurpadilla, Edi Maszudi, Andi Rizkiyah Hasbi (2024) *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, Vol. 6 No. 3, Hal 468-481.
30. Nurmin Arianto, Fiki Kurniawan (2021), *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 4, No. 2, Februari 2021, Hal. 254–268, ISSN (Print): 2598-0823, ISSN (Online): 2598-2893.
31. Ike Riskyanti dan Muhamad Faisal Fahmi (2024), *Jurnal Ilmiah dan Karya Mahasiswa (JIKMA)*, Institut Teknologi dan Bisnis Semarang, Vol. 2, No. 6, Tahun 2024, Hal. 64–76, e-ISSN: 2985-7732, p-ISSN: 2985-6329.
32. Melfyana dan Aan Purnama (2025), *JPTIM – Jurnal Penelitian Terapan Ilmu Multidisiplin*, Vol. 1, No. 3, September 2025, Halaman 109–117, ISSN: 3090-4587.
33. Apri Budianto, Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015
34. Akbar, M. F. (2021). Seminar Manajemen Sumber Daya Manusia . Selayor: CV. Insan Cendekia Mandiri.
35. Artha, A. Y. (2022). Manajemen Pelatihan Guru Sekolah Dasar Dalam Meningkatkan Kompetensi Profesional. Banten: Pascal Books.
36. Bahri, S. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia: Studi pada Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Wilayah Sumsel. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
37. Caerudin, A. (2019) Manajemen Pendidikan dan Pelatihan SDM. Sukabumi: CV. Jejak.
38. Cen, C.C. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia. Padang: PT. Inovasi Pratama Internasional.
39. Chalimi, A.N.F. (2021). Aplikom Statistik Berbasis SPSS. Kediri: Lembaga Chakra Brahmada Lentera.
40. Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2). Bogor, Guepedia.
41. Duli, N. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
42. Febry, T & Teofilus. (2020). SPSS Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
43. Herlina, V. (2019). Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
44. Herwina, W. (2021). Analisis Model-Model Pelatihan. Madiun: CV. Bayfa Cendekia Indonesia.
45. Hidayat, A. A. (2021). Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas - Reliabilitas. Surabaya: Helath Book Publishing.
46. Ilham, N. (2022). Dasar-dasar Manajemen Sumber Daya Manusia. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
47. Ismail, F. (2018). Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu -ilmu Sosial. Jakarta: Prenadamedia Group.
48. Jubilee. (2018). Lancer Menggunakan SPSS untuk Pemula. Jakarta: Elex Media Komputindo.
49. Junaidi, H. (2019). Strategi Kebut Skripsi dalam 21 Hari. Yogyakarta: Araska.
50. Kurniawati, E. (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
51. Kusumaryoko, P. (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia di Era Revolusi Industri 4.0. Yogyakarta: CV. Bud Utama.
52. Byars, L. L. dan Rue, L. W. (1997). *Human Resources Management (Fifth edition)*. Chicago: The McGraw-Hill Companies, Inc.

53. Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
54. Dessler, G. (2013). *Human Resource Management (Thirteenth Edition)*. London: Pearson Education.
55. Gibson, J. L., Ivancevich, dan James H. Donnelly. (2003). *Organizations Behaviour, Structure and Process*. (8th ed). Boston: Richard D. Irwin Inc.
56. Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia Edisi II (Cetakan Keempat Belas)*. Yogyakarta: BPFE.
57. Lussier, N. R. (2005). *Human Relations in Organization Applications and Skill Building*. New York: Mc Graw Hill.
58. Mathis, R. L dan Jackson, J. H. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
59. Mobley, W. H. (1986). *Pergantian Karyawan: Sebab, Akibat dan Pengendaliannya*. (Aliha Bahasa: Nurul Imam). Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
60. Mondy, R. W. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga. Robbins, S. P. (2006). *Perilaku Organisasi (Edisi Sepuluh)*. Jakarta: Erlangga.
61. Siagian, S. P. (1995). *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta. Simamora, H. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.
62. Torrington, D., Hall, L., Taylor, S. (2008), *Human Resource Management*. England: Prentice Hall, Pearson Education Limited.
63. Zeffane. (2003). *Organizational Behavior A Global Perspective*. Australia: John Wiley and Sons Australia Ltd.