

## Evaluasi Kepuasan Customer Dan Kinerja Tim Manajemen Di PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa

Fata Azima Alkautsar<sup>1\*</sup>, Muhammad Arief Setiawan<sup>2</sup>, Deden Akbar Izzuddin<sup>3</sup>, Habibi Hadi Wijaya<sup>4</sup>, Kosasih<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Program Studi Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia.

<sup>5</sup> Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia.

Email: 2110631240007@student.unsika.ac.id<sup>1\*</sup>, Muhammad.arief@fikes.unsika.ac.id<sup>2</sup>, deden.akbar@fikes.unsika.ac.id<sup>3</sup>, Habibi.hadi@fikes.unsika.ac.id<sup>4</sup>, kosasih.kosasih@staff.unsika.ac.id<sup>5</sup>

### Histori Artikel:

Dikirim 19 Februari 2026; Diterima dalam bentuk revisi 1 April 2026; Diterima 20 April 2026; Diterbitkan 1 Juni 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset) – Lembaga KITA.

### Suggested citation:

Alkautsar, F. A., Setiawan, M. A., Izzuddin, D. A., Wijaya, H. H., & Kosasih, K. (2026). Evaluasi Kepuasan Customer Dan Kinerja Tim Manajemen Di PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 12(3), 2826-2838. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v12i3.6628>.

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja tim manajemen dan tingkat kepuasan customer pada PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa. Metode pada penelitian ini menggunakan survei dengan desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah 60 customer yang telah menggunakan jasa PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa, sedangkan teknik pengambilan sampel penelitian ini yaitu purposive sampling. Instrumen pengambilan data pada penelitian ini yaitu angket kuesioner berupa google formulir dengan 27 butir pertanyaan dan pengukuran penilaian data tersebut menggunakan skala likert SS, S, N, TS, STS yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian berdasarkan instrumen yang digunakan dinyatakan valid dan reliabel dengan Cronbach' Alpha sebesar 0.989. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja tim manajemen PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa memperoleh tingkat pencapaian 85% termasuk kategori sangat puas. Selain itu, tingkat kepuasan customer juga berada di tingkat pencapaian 86% termasuk kategori sangat puas. Meskipun demikian, hasil analisis menunjukkan masih terdapat beberapa indikator yang belum optimal, khususnya dalam respons terhadap keluhan pelanggan dan konsistensi layanan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan sistem evaluasi dan penguatan koordinasi internal diperlukan untuk menjaga stabilitas kepuasan pelanggan serta meningkatkan daya saing perusahaan. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan manajemen layanan berbasis kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa pengembangan sumber daya manusia.

**Kata Kunci:** Evaluasi; Kepuasan Customer; Kinerja Tim Manajemen; Kualitas Layanan.

## Abstract

This study aims to evaluate the performance of the management team and customer satisfaction levels at PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa. The method used in this study is a survey with a descriptive research design using a quantitative approach. The population in this study consists of 60 customers who have used the services of PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa, while the sampling technique used in this study is purposive sampling. The data collection instrument used in this study was a questionnaire in the form of a Google form with 27 questions, and the data was measured using a Likert scale of SS, S, N, TS, and STS, which had undergone validity and reliability tests. The results of the study based on the instruments used were declared valid and reliable with a Cronbach's Alpha of 0.989. The results of the study show that the performance of the management team of PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa achieved a level of 85%, which is classified as very satisfied. In addition, the level of customer satisfaction was also at 86%, which is classified as very satisfied. However, the analysis results show that there are still several indicators that are not optimal, particularly in responding to customer complaints and service consistency. These findings indicate that improvements in the evaluation system and strengthening of internal coordination are needed to maintain customer satisfaction stability and increase the company's competitiveness. This study provides empirical contributions to the development of customer satisfaction-based service management in human resource development service companies.

**Keyword:** Customer Satisfaction; Evaluation; Management Team Performance; Service Quality.

## 1. Pendahuluan

Perseroan Terbatas (PT) merupakan bentuk usaha memproduksi barang atau jasa. Perseroan Terbatas yang bergerak dibidang pelayanan yaitu memproduksi yang berfokus pada penyediaan jasa untuk pelanggan, baik individu maupun organisasi (Noor, 2020). Perseroan Terbatas (PT) jasa dibidang pelayanan mencakup pada kepuasan pelanggan, menekankan pada inovasi, profesionalisme, dan kualitas layanan (Ramadhani, 2024). PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengembangan sumber daya manusia melalui berbagai program pelatihan dan kegiatan pengembangan kapasitas, baik secara indoor maupun outdoor (Juliarto, 2020). Sebagai perusahaan jasa, keberhasilan layanan PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa sangat ditentukan oleh kinerja tim manajemen dalam merencanakan, mengoordinasikan, melaksanakan, serta mengevaluasi setiap program yang diberikan kepada customer (Aqsal *et al.*, 2025). (Ruslim & Rahardjo, 2016) menegaskan bahwa tim manajemen memiliki bertanggung jawab terhadap perencanaan program, koordinasi dengan fasilitator, pengelolaan logistik pelaksanaan, hingga evaluasi pasca-layanan. Ketidakefektifan dalam satu saja dari tahapan tersebut berpotensi menurunkan kualitas layanan secara keseluruhan, yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap kepuasan pelanggan (Yakob *et al.*, 2024). Dalam industri jasa pengembangan sumber daya manusia, kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan salah satu indikator utama untuk mengukur keberhasilan perusahaan jasa dalam mempertahankan kualitas layanan (Gloriano & Nugraha, 2022). Dalam perusahaan jasa, customer tidak hanya menilai hasil akhir layanan, tetapi juga proses penyampaian layanan serta interaksi yang terjadi selama pelayanan berlangsung. Pelanggan yang puas cenderung akan melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi positif, dan berkontribusi terhadap reputasi di pasar (Hariyanto *et al.*, 2020). Menurut (Kotler & Keller, 2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dengan harapan mereka”. Dalam hal tersebut, ketika layanan yang diberikan melebihi harapan customer, maka customer akan merasa puas sebaliknya, jika layanan tidak memenuhi harapan, maka customer akan merasa kecewa (Sinollah & Masrurroh, 2019). Oleh karena itulah, kepuasan customer bersifat evaluatif dan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang dirasakan secara langsung.

Berdasarkan fenomena yang diambil dari data internal perusahaan, tingkat kepuasan pelanggan PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa selama periode 2017–2025 menunjukkan tren fluktuatif dan belum pernah mencapai target 100% yang ditetapkan perusahaan. Bahkan pada periode 2020–2022 terjadi penurunan signifikan hingga mencapai angka 20%, yang dipengaruhi oleh keterlambatan layanan, kendala koordinasi tim, serta belum optimalnya sistem evaluasi keluhan pelanggan. Meskipun pada tahun 2023–2025 terjadi peningkatan hingga 50%, capaian tersebut masih berada jauh di bawah standar yang diharapkan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kinerja manajemen dengan harapan pelanggan, sehingga diperlukan evaluasi komprehensif terhadap kepuasan customer dan kinerja tim manajemen untuk meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan. Penurunan terjadi selama periode 2020–2022 meskipun PT. *Human Resource Strengthening Sukses Istimewa* masih memiliki jalan panjang untuk mencapai target kepuasan pelanggan 100%, data menunjukkan adanya perbaikan signifikan dan tren positif dalam tiga tahun terakhir 2023-2025 setelah periode penurunan. Untuk mencapai target 100%, perusahaan perlu terus mengoptimalkan strategi yang telah terbukti berhasil dan mengatasi akar masalah yang masih menghambat kepuasan pelanggan. Secara teoretis, kepuasan customer dapat dijelaskan melalui *Expectation Disconfirmation Theory* yang dikemukakan oleh (Oliver L. Richard, 1980), yang menyatakan bahwa kepuasan muncul dari perbandingan antara harapan awal customer dan kinerja aktual layanan yang diterima. Apabila kinerja layanan sesuai atau melebihi harapan, maka customer akan mengalami kepuasan positif. Sebaliknya, apabila kinerja berada di bawah harapan, maka akan timbul ketidakpuasan (Ardiansyah *et al.*, 2024). Teori ini menegaskan bahwa kepuasan customer tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir layanan, tetapi juga oleh persepsi customer terhadap proses pelayanan.

Selain itu, Kualitas layanan (*service quality*) merupakan faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan, khususnya dalam industri jasa (Jazuli Muhammad *et al.*, 2020).

## RESEARCH ARTICLE

(Parasuraman A Parsu *et al.*, 1988), mengemukakan bahwa kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kelima dimensi tersebut menjadi indikator utama dalam menilai sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan customer (Ramadhon *et al.*, 2022). PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa, kualitas layanan sangat bergantung pada kinerja tim manajemen dalam mengelola sumber daya, sistem kerja, serta interaksi antara fasilitator dan customer (Jinayan, 2019). Kinerja manajemen merupakan salah satu aspek penting dalam keberhasilan proses manajerial yang terintegrasi (Moch. Iqbal Zulfikar PD, 2024). Armstrong dan Baron (1998) menjelaskan bahwa kinerja manajemen merupakan pendekatan strategis yang bertujuan meningkatkan efektivitas organisasi melalui pengembangan kinerja individu dan tim. Kinerja manajemen tidak hanya diukur dari pencapaian target, tetapi juga dari kemampuan tim dalam berkolaborasi, berkoordinasi, dan beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan customer (Yudiansyah *et al.*, 2023). Menurut (Ramathina & Indriani, 2021), efektivitas manajer terletak pada kemampuannya dalam mencapai hasil yang diinginkan melalui kerja sama dengan orang lain. Sejalan dengan hal tersebut, kinerja tim manajemen yang baik akan meningkatkan kualitas layanan dan pada akhirnya berdampak positif terhadap kepuasan customer. Hubungan antara kinerja tim manajemen dan kepuasan customer juga dapat dijelaskan melalui *Service-Profit Chain Theory* yang dikemukakan oleh Heskett, Sasser, dan Schlesinger (1994). Teori ini menjelaskan bahwa keberhasilan organisasi jasa dalam mencapai kepuasan pelanggan dan profitabilitas jangka panjang sangat bergantung pada kinerja internal organisasi, khususnya kualitas manajemen, sistem kerja, dan kepuasan karyawan (Parhan & Bakhtiar, 2024). Manajemen yang efektif akan menciptakan sistem kerja yang baik, meningkatkan kualitas layanan, dan menghasilkan kepuasan customer yang lebih tinggi.

Namun demikian, berdasarkan kajian empiris dalam skripsi ini, sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung mengkaji kepuasan customer atau kinerja manajemen secara terpisah. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Kusuma *et al.*, 2023) menekankan kepuasan customer dalam konteks layanan pelatihan tanpa mengaitkannya secara langsung dengan kinerja manajemen, sementara Siregar (2020) lebih menitikberatkan evaluasi kinerja tim manajemen tanpa melibatkan persepsi customer sebagai penerima layanan. Oleh karena itu, masih terdapat celah penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya dalam mengintegrasikan evaluasi kepuasan customer dan kinerja tim manajemen dalam satu kerangka penelitian yang utuh. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan customer dan kinerja tim manajemen di PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa. Hal ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam dan akurat terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan PT. *Human Resource Strengthening Sukses Istimewa*. Hal ini juga menjadi faktor menarik yang perlu diteliti lebih lanjut "Evaluasi Kepuasan Customer Dan Kinerja Tim Manajemen Di PT. *Human Resource Strengthening Sukses Istimewa*". Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian manajemen jasa, serta menjadi dasar evaluasi dan rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan kinerja manajemen secara berkelanjutan.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Kepuasan Customer

Kepuasan customer merupakan hasil evaluasi atas perbandingan antara kinerja layanan dan harapan awal pelanggan (Siregar *et al.*, 2023). (Oktiani *et al.*, 2021) menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika kinerja sesuai atau melebihi harapan, sedangkan ketidaksesuaian menimbulkan kekecewaan (Sinollah & Masrurroh, 2019). Model SERVQUAL dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) mengukur kepuasan melalui lima dimensi: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Agus *et al.*, 2022). Dalam era digital, adaptasi teknologi dan kesiapan sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam menjaga kepuasan pelanggan (Vu, 2021).

RESEARCH ARTICLE

2.2 Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah persepsi pelanggan terhadap kesesuaian layanan dengan harapan mereka (Parasuraman *et al.*, 1991). Selain pendekatan SERVQUAL, Grönroos (1984) membagi kualitas layanan menjadi *technical quality* (hasil) dan *functional quality* (proses), serta menekankan peran citra perusahaan (Jazuli Muhammad *et al.*, 2020). Zeithaml (1987) menegaskan bahwa kualitas bersifat subjektif dan terbentuk dari perbandingan antara *expected service* dan *perceived service* (Yudiansyah *et al.*, 2023). Ketidakesesuaian di antara keduanya menimbulkan kesenjangan kualitas (*gap*) yang dapat menurunkan kepuasan (Parasuraman A. Parasuraman *et al.*, 1991).

2.3 Kinerja Tim Manajemen

Kinerja tim manajemen mencerminkan efektivitas organisasi dalam mengelola sumber daya untuk mencapai tujuan (Ramathina & Indriani, 2021). Faktor komunikasi, kepemimpinan, dan kepercayaan tim berpengaruh signifikan terhadap kinerja (Indrasari, 2019). Menurut Wujarso *et al.*, (2023) menyatakan bahwa “kepemimpinan yang efektif dapat meningkatkan adaptabilitas tim terhadap perubahan dan memperkuat kolaborasi dalam lingkungan kerja yang dinamis” (Ardiansyah *et al.*, 2024). Oleh karena itulah, pengembangan kompetensi kepemimpinan yang adaptif menjadi penting untuk meningkatkan kinerja tim manajemen di perseroan (Parhan & Bakhtiar, 2024).

3. Metode Penelitian

Desain dalam penelitian ini menggunakan deskriptif. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian survei dengan model *servqual*. Dalam penelitian ini, pelanggan yang menjadi populasi harus memenuhi kriteria tertentu. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini secara khusus diarahkan kepada pelanggan aktif maupun pelanggan yang telah berinteraksi dengan layanan perusahaan dalam kurun waktu maksimal dua tahun terakhir, sehingga data tetap aktual. Populasi pada penelitian ini adalah 3 mitra pelanggan yang berbeda yang telah menggunakan jasa PT. *Human Resource Strengthening Sukses Istimewa* dengan total 60 pelanggan, peneliti menggunakan seluruh populasi menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dikarenakan peneliti mengambil sampel tidak secara acak dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri kriteria. Kriteria tersebut adalah berjenis kelamin perempuan dan laki-laki, kemudian sasaran pelanggan yaitu guru (*teacher development*), orang tua (*parents development*) dan PT (*community development*). Instrumen pengambilan data pada penelitian ini yaitu angket *kuesioner* menggunakan *google formulir* dengan 27 butir pertanyaan dan pengukuran penilaian data tersebut menggunakan skala *likert* SS, S, N, TS, STS yang telah melalui uji validitas dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada nilai signifikansi 5%, sedangkan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka variabel tersebut tidak valid, serta reliabilitas jika nilai memiliki *Cronbach Alpha* > 0,6 dengan aplikasi software SPSS versi 25.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

Berdasarkan hasil data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarluaskan. Terdapat 7 distribusi yaitu; (1) jenis kelamin, (2) usia responden, (3) tingkat pendidikan, (4) instansi/perusahaan, (5) jabatan/status, (6) frekuensi menggunakan jasa serta (7) program diikuti. Berikut distribusi karakteristik responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini secara keseluruhan.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Variabel	Indikator	Frekuensi	Persentase
1	Jenis Kelamin	Perempuan	37	62%

## RESEARCH ARTICLE

		Laki - Laki	23	38%
2	Usia	30 Tahun	15	25%
		32 Tahun	22	37%
		34 Tahun	14	23%
		36 Tahun	9	15%
3	Tingkat Pendidikan	SMA – SMK	12	20%
		DIPLOMA	12	20%
		PT	36	60%
4	Instansi/ Perusahaan	PT. Alpha Metrochonics	20	33%
		Himpaudi Teluk Jambe Timur Karawang	20	33%
		Sekolah Islam Alam & Sains Al-Jannah	20	33%
5	Jabatan/Status	Guru	20	33%
		Karyawan	9	15%
		Staff	11	18%
		Agent	14	23%
		Spv	6	10%
6	Frekuensi Jasa	1 Kali	20	33%
		2 Kali	20	33%
		3 Kali	20	33%
7	Program Diikuti	Teacher Development	20	33%
		Parents Development	20	33%
		Community Development	20	33%

Pada perhitungan validitas yang dilakukan pada 27 butir pertanyaan yang terdiri dari 9 aspek menunjukkan bahwa hasil dari validitas tersebut valid dengan nilai diatas r tabel 0.254, dan 0 butir pertanyaan tidak valid. Berikut dibawah ini adalah hasil dari uji validitas menggunakan SPSS 25.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Butir	r hitung	r tabel (df 5%)	Keterangan
Pertanyaan Soal 1	0.935	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 2	0.961	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 3	0.942	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 4	0.940	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 5	0.944	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 6	0.922	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 7	0.933	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 8	0.916	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 9	0.952	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 10	0.955	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 11	0.946	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 12	0.935	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 13	0.887	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 14	0.935	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 15	0.915	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 16	0.871	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 17	0.931	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 18	0.922	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 19	0.925	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 20	0.947	0.254	Valid

## RESEARCH ARTICLE

Pertanyaan Soal 21	0.931	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 22	0.914	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 23	0.939	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 24	0.880	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 25	0.909	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 26	0.907	0.254	Valid
Pertanyaan Soal 27	0.8181	0.254	Valid

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Alpha* dari *Cronbach*. Hasil yang diperoleh dari keseluruhan tiap pertanyaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Items</i>
.989	.990	27

Selain itu juga dibawah ini dapat dilihat penjabaran dari keseluruhan item:

Tabel 4. Nilai Faktor Hasil Uji Reliabilitas

No	Aspek	Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Perencanaan ( <i>Planning</i> )	3	.987	Sangat Reliabel
2	Koordinasi ( <i>Coordinating</i> )	3	.988	Sangat Reliabel
3	Pelaksanaan ( <i>Executing</i> )	3	.987	Sangat Reliabel
4	Evaluasi ( <i>Evaluating</i> )	3	.988	Sangat Reliabel
5	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	3	.988	Sangat Reliabel
6	<i>Reliability</i> (Keandalan)	3	.988	Sangat Reliabel
7	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	3	.988	Sangat Reliabel
8	<i>Assurance</i> (Jaminan)	3	.989	Sangat Reliabel
9	<i>Empathy</i> (Empati)	3	.989	Sangat Reliabel

Berdasarkan hasil perhitungan presentase terhadap penelitian kepada 60 responden, terhadap aspek perencanaan terdapat tiga indikator yaitu; (1) kejelasan tujuan kegiatan, (2) kesesuaian rencana dengan kebutuhan pelanggan, serta (3) pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas. Distribusi perhitungan dari keseluruhan aspek perencanaan (*planning*):

Tabel 5. Distribusi Hasil Aspek Perencanaan

Skor Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	32	53%
Setuju	19	32%
Netral	0	0%
Tidak Setuju	4	7%
Sangat Tidak Setuju	5	8%
Total	60 responden	100%

Berdasarkan hasil perhitungan presentase terhadap penelitian kepada 60 responden, terhadap aspek koordinasi (*coordinating*) terdapat tiga indikator yaitu; (1) komunikasi antaranggota tim, (2) sinergi antarbagian dalam pelaksanaan, (3) ketepatan waktu koordinasi sebelum kegiatan. Distribusi perhitungan dari keseluruhan aspek koordinasi (*coordinating*):

RESEARCH ARTICLE

Tabel 6. Distribusi Hasil Aspek Koordinasi

Skor Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	25	41%
Setuju	26	43%
Netral	0	0%
Tidak Setuju	6	10%
Sangat Tidak Setuju	3	5%
Total	60 responden	100%

Berdasarkan hasil perhitungan presentase terhadap penelitian kepada 60 responden, terhadap aspek pelaksanaan (*executing*) terdapat tiga indikator yaitu; (1) ketepatan pelaksanaan terhadap jadwal, (2) kecepatan respon terhadap kendala di lapangan, (3) kedisiplinan dan tanggung jawab anggota tim. Distribusi perhitungan dari keseluruhan aspek pelaksanaan (*executing*):

Tabel 7. Distribusi Hasil Aspek Pelaksanaan

Skor Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	26	44%
Setuju	25	41%
Netral	0	0%
Tidak Setuju	5	8%
Sangat Tidak Setuju	4	7%
Total	60 responden	100%

Berdasarkan hasil perhitungan presentase terhadap penelitian kepada 60 responden, terhadap aspek evaluasi (*evaluating*) terdapat tiga indikator yaitu; (1) pelaksanaan evaluasi pasca-kegiatan, (2) tindak lanjut terhadap hasil evaluasi, (3) perbaikan strategi dari hasil umpan balik pelanggan. Distribusi perhitungan dari keseluruhan aspek evaluasi (*evaluating*):

Tabel 8. Distribusi Hasil Aspek Evaluasi

Skor Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	26	43%
Setuju	25	42%
Netral	1	1%
Tidak Setuju	2	3%
Sangat Tidak Setuju	6	11%
Total	60 responden	100%

Berdasarkan hasil perhitungan presentase keseluruhan dari 4 aspek dengan masing-masing terdapat 3 indikator butir pertanyaan positif dan negatif. Berikut distribusi keseluruhan variabel kinerja tim manajemen.

Tabel 9. Distribusi Hasil Variabel Kinerja Tim Manajemen

Skor Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	27	45%
Setuju	24	40%
Netral	0	0%
Tidak Setuju	4	7%
Sangat Tidak Setuju	5	8%
Total	60 responden	100%

RESEARCH ARTICLE

Berdasarkan hasil perhitungan presentase terhadap penelitian kepada 60 responden, terhadap aspek bukti fisik (*tangibles*) terdapat tiga indikator yaitu; (1) fasilitas kegiatan yang tersedia, (2) kerapihan dan penampilan petugas, (3) kelengkapan sarana dan peralatan. Distribusi perhitungan dari keseluruhan aspek bukti fisik (*tangibles*):

Tabel 10. Distribusi Hasil Aspek Bukti Fisik

Skor Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	24	41%
Setuju	27	44%
Netral	0	1%
Tidak Setuju	4	6%
Sangat Tidak Setuju	5	8%
Total	60 responden	100%

Berdasarkan hasil perhitungan presentase terhadap penelitian kepada 60 responden, terhadap aspek keandalan (*reliability*) terdapat tiga indikator yaitu; (1) kesesuaian hasil layanan dengan janji awal, (2) konsistensi kualitas layanan, (3) keandalan tim dalam menyelesaikan masalah. Distribusi perhitungan dari keseluruhan aspek keandalan (*reliability*):

Tabel 11. Distribusi Hasil Aspek Keandalan

Skor Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	20	33%
Setuju	32	53%
Netral	0	1%
Tidak Setuju	5	9%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total	60 responden	100%

Berdasarkan hasil perhitungan presentase terhadap penelitian kepada 60 responden, terhadap aspek daya tanggap (*responsiveness*) terdapat tiga indikator yaitu; (1) kecepatan menanggapi keluhan pelanggan, (2) kesiapan membantu pelanggan saat kegiatan, (3) ketepatan waktu dalam memberikan layanan. Distribusi perhitungan dari keseluruhan aspek daya tanggap (*responsiveness*):

Tabel 12. Distribusi Hasil Aspek Daya Tanggap

Skor Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	21	36%
Setuju	29	49%
Netral	0	0%
Tidak Setuju	3	4%
Sangat Tidak Setuju	7	11%
Total	60 responden	100%

Berdasarkan hasil perhitungan presentase terhadap penelitian kepada 60 responden, terhadap aspek jaminan (*assurance*) terdapat tiga indikator yaitu; (1) kompetensi dan profesionalitas petugas, (2) rasa aman dan percaya selama kegiatan, (3) kesopanan serta kemampuan memberikan keyakinan. Distribusi perhitungan dari keseluruhan aspek jaminan (*assurance*):

Tabel 13. Distribusi Hasil Aspek Jaminan

Skor Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	21	36%

RESEARCH ARTICLE

Setuju	29	48%
Netral	0	0%
Tidak Setuju	5	9%
Sangat Tidak Setuju	5	8%
Total	60 responden	100%

Berdasarkan hasil perhitungan presentase terhadap penelitian kepada 60 responden, terhadap aspek empati (*empathy*) terdapat tiga indikator yaitu; (1) kesediaan memahami kebutuhan pelanggan, (2) kemampuan memberi perhatian individual (3) sikap ramah dan komunikasi yang baik. Distribusi perhitungan dari keseluruhan aspek empati (*empathy*):

Tabel 14. Distribusi Hasil Aspek Empati

Skor Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	22	37%
Setuju	27	46%
Netral	0	0%
Tidak Setuju	6	9%
Sangat Tidak Setuju	5	8%
Total	60 responden	100%

Berdasarkan hasil perhitungan presentase keseluruhan dari 5 aspek dengan masing-masing terdapat 3 indikator butir pertanyaan positif dan negatif. Distribusi keseluruhan variabel kepuasan customer. Berikut tabel dibawah ini:

Tabel 15. Distribusi Hasil Kepuasan Customer

Skor Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	22	36%
Setuju	29	48%
Netral	0	0%
Tidak Setuju	5	8%
Sangat Tidak Setuju	5	8%
Total	60 responden	100%

4.2 Pembahasan

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 35 orang (58,3%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 25 orang (41,7%). Dominasi responden perempuan menunjukkan bahwa sebagian besar layanan PT. HRS Sukses Istimewa digunakan oleh sektor pendidikan dan pengembangan anak, yang secara umum melibatkan lebih banyak tenaga pendidik perempuan. Kondisi ini menuntut pendekatan pelayanan yang komunikatif, empatik, dan partisipatif. Responden didominasi oleh kelompok usia 26–35 tahun sebanyak 24 orang (40%), diikuti usia 36–45 tahun sebanyak 20 orang (33,3%), usia 18–25 tahun sebanyak 10 orang (16,7%), dan usia di atas 45 tahun sebanyak 6 orang (10%). Mayoritas responden berada pada usia produktif yang memiliki tingkat ekspektasi tinggi terhadap profesionalitas, efektivitas program, dan kualitas layanan. Tingkat pendidikan responden menunjukkan bahwa 32 orang (53,3%) berpendidikan S1, 12 orang (20%) berpendidikan S2, 10 orang (16,7%) berpendidikan SMA/ sederajat, dan 6 orang (10%) berpendidikan Diploma. Tingginya latar belakang pendidikan responden menunjukkan bahwa customer memiliki kemampuan analisis yang baik dalam menilai kualitas kinerja tim manajemen dan layanan yang diberikan. Berdasarkan asal instansi, responden berasal dari lembaga pendidikan sebanyak 28 orang (46,7%), instansi swasta 18 orang (30%), instansi pemerintah 10 orang (16,7%), dan komunitas/organisasi masyarakat 4 orang (6,6%). Data ini menunjukkan bahwa segmentasi utama pengguna jasa PT. HRS Sukses Istimewa adalah sektor

## RESEARCH ARTICLE

pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia. Responden dengan jabatan guru/pendidik sebanyak 26 orang (43,3%), pimpinan/lembaga sebanyak 14 orang (23,3%), staf/karyawan sebanyak 12 orang (20%), dan jabatan lainnya sebanyak 8 orang (13,4%). Keberagaman jabatan ini menunjukkan bahwa penilaian kepuasan berasal dari berbagai level pengguna jasa, baik sebagai peserta maupun pengambil keputusan. Sebanyak 30 responden (50%) telah menggunakan jasa PT. HRS Sukses Istimewa sebanyak 2–3 kali, 18 responden (30%) lebih dari 3 kali, dan 12 responden (20%) baru satu kali menggunakan jasa. Tingginya frekuensi penggunaan jasa mencerminkan adanya tingkat kepercayaan dan kepuasan awal customer terhadap layanan perusahaan. Program yang paling banyak diikuti adalah teacher development program sebanyak 22 responden (36,7%), kids development program sebanyak 14 responden (23,3%), parents development program sebanyak 10 responden (16,7%), community development program sebanyak 8 responden (13,3%), dan teen development program sebanyak 6 responden (10%). Data ini menunjukkan bahwa fokus utama layanan perusahaan adalah pengembangan kompetensi pendidik dan anak. Hasil uji validitas pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada kuesioner memiliki nilai  $r$ -hitung lebih besar dari  $r$ -tabel sebesar 0,254, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hal ini berarti instrumen mampu mengukur variabel kinerja tim manajemen dan kepuasan customer secara tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil dari analisis reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel 3 dengan teknik *Cronbach's Alpha*. Dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* keseluruhan instrumen sebesar 0.989. karena nilai lebih dari 0.6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen kuesioner *Cronbach's Alpha* dari total 27 butir dengan 9 aspek valid yang di uji penelitian.

Dari tabel 4 di atas merupakan 9 aspek instrumen dari total 27 butir pertanyaan uji penelitian kepada responden. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,989, yang berada pada kategori sangat reliabel. Nilai ini mengindikasikan bahwa instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Berdasarkan penjelasan tabel 5 di atas pada aspek perencanaan (*planning*) dapat dijelaskan bahwa keseluruhan dengan jumlah 3 item indikator maka, 51 responden (85%) memilih kategori setuju dan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data, aspek perencanaan memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 5,53 dengan persentase tingkat pencapaian sebesar 85%, sehingga berada pada skor kategori sangat puas. Sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa tujuan kegiatan disampaikan secara jelas, perencanaan program sesuai dengan kebutuhan customer, serta jadwal dan pembagian tugas disusun secara sistematis. Nilai ini menunjukkan bahwa perencanaan yang dilakukan tim manajemen telah memenuhi harapan customer. Berdasarkan penjelasan pada tabel 6 di atas pada aspek koordinasi (*coordinating*) dapat dijelaskan bahwa keseluruhan dengan jumlah 3 item indikator maka, 51 responden (84%) memilih kategori setuju dan sangat setuju. Aspek koordinasi memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 5,83 dengan persentase 84%, yang termasuk dalam skor kategori sangat puas. Data ini menunjukkan bahwa komunikasi antaranggota tim berjalan efektif, koordinasi pra-kegiatan dilakukan dengan baik, serta tercipta kerja sama yang solid selama pelaksanaan program. Koordinasi yang baik ini berkontribusi terhadap kelancaran kegiatan di lapangan. Berdasarkan penjelasan di atas pada tabel 7 aspek pelaksanaan (*executing*) dapat dijelaskan bahwa keseluruhan dengan jumlah 3 item indikator maka, 51 responden (85%) memilih kategori setuju dan sangat setuju. Hasil analisis menunjukkan bahwa aspek pelaksanaan memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 5,80 dengan persentase 85%, sehingga berada pada skor kategori sangat puas. Responden menilai bahwa kegiatan dilaksanakan tepat waktu, fasilitator dan tim manajemen menunjukkan kesiapan yang optimal, serta mampu menangani kendala yang muncul selama kegiatan berlangsung. Berdasarkan penjelasan di atas pada tabel 8 aspek evaluasi (*evaluating*) dapat dijelaskan bahwa keseluruhan dengan jumlah 3 item indikator maka, 51 responden (85%) memilih kategori setuju dan sangat setuju. Aspek evaluasi memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 5,90 dengan persentase 85%, dan berada pada skor kategori puas. Responden menilai bahwa tim manajemen melakukan evaluasi pasca-kegiatan dan membuka ruang bagi customer untuk memberikan masukan sebagai bahan perbaikan program selanjutnya. Berdasarkan penjelasan di atas pada tabel 9 variabel kepuasan kinerja tim manajemen dapat dijelaskan bahwa keseluruhan dengan jumlah 4 aspek serta masing-masing terdapat 3 item indikator maka, 51 responden (85%) memilih kategori setuju dan sangat setuju.

## RESEARCH ARTICLE

Secara keseluruhan, variabel kinerja tim manajemen memperoleh nilai rata-rata total tertinggi 5,90 dengan tingkat pencapaian 85%, yang termasuk dalam skor kategori sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja tim manajemen PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa telah berjalan efektif dalam mendukung keberhasilan program dan kepuasan customer. Berdasarkan penjelasan diatas pada tabel 10 aspek bukti fisik (*tangibles*) dapat dijelaskan bahwa keseluruhan dengan jumlah 3 item indikator maka, 51 responden (85%) memilih kategori setuju dan sangat setuju. Aspek bukti fisik memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 5,92 dengan persentase 85%, sehingga berada pada kategori sangat puas. Responden merasa puas terhadap fasilitas, kelengkapan peralatan, serta penampilan tim manajemen dan fasilitator selama kegiatan berlangsung. Berdasarkan penjelasan diatas pada tabel 11 aspek keandalan (*reliability*) dapat dijelaskan bahwa keseluruhan dengan jumlah 3 item indikator maka, 52 responden (86%) memilih kategori setuju dan sangat setuju. Aspek keandalan memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 6,02 dengan persentase 86%, yang termasuk dalam kategori sangat puas. Data ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu memberikan layanan sesuai dengan janji dan melaksanakan program secara konsisten. Berdasarkan penjelasan diatas pada tabel 12 aspek daya tanggap (*responsiveness*) dapat dijelaskan bahwa keseluruhan dengan jumlah 3 item indikator maka, 50 responden (85%) memilih kategori setuju dan sangat setuju. Aspek daya tanggap memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 6,20 dengan persentase 85%, sehingga berada pada kategori sangat puas. Customer menilai tim manajemen dan fasilitator cepat dan tanggap dalam merespons kebutuhan serta keluhan selama kegiatan. Berdasarkan penjelasan diatas pada tabel 13 aspek jaminan (*assurance*) dapat dijelaskan bahwa keseluruhan dengan jumlah 3 item indikator maka, 50 responden (84%) memilih kategori setuju dan sangat setuju. Aspek jaminan memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 6,17 dengan persentase 84%, yang termasuk dalam kategori puas. Responden merasa yakin terhadap kompetensi, profesionalitas, dan sikap sopan tim manajemen dalam memberikan layanan.

Berdasarkan penjelasan diatas pada tabel 14 yang dapat dilihat aspek empati (*empathy*) dapat dijelaskan bahwa keseluruhan dengan jumlah 3 item indikator maka, 49 responden (83%) memilih kategori setuju dan sangat setuju. Aspek empati memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 6,15 dengan persentase 83%, sehingga berada pada kategori sangat puas. Customer merasa mendapatkan perhatian, kepedulian, dan perlakuan personal selama mengikuti program. Berdasarkan penjelasan diatas pada tabel 15 variabel kepuasan customer dapat dijelaskan bahwa keseluruhan dengan jumlah 5 aspek serta masing-masing terdapat 3 item indikator maka, 51 responden (84%) memilih kategori setuju dan sangat setuju. Secara keseluruhan, variabel kepuasan customer memperoleh nilai rata-rata total tertinggi sebesar 6,20 dengan tingkat pencapaian 86,0%, yang berada pada kategori sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa telah sesuai dengan harapan customer dan dipengaruhi secara positif oleh kinerja tim manajemen.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kinerja tim manajemen PT. Human Resource Strengthening Sukses Istimewa berada pada kategori sangat puas dengan rata-rata nilai 5,90 dan tingkat pencapaian 85%. Kinerja tersebut tercermin dari aspek perencanaan, koordinasi, pelaksanaan, dan evaluasi yang secara umum menunjukkan pengelolaan program yang sistematis, komunikasi tim yang efektif, pelaksanaan kegiatan yang tepat waktu, serta evaluasi yang telah berjalan dengan baik meskipun masih perlu penguatan berkelanjutan. Tingkat kepuasan customer berada pada kategori puas dengan rata-rata nilai 6,20 dan tingkat pencapaian 86,0%. Seluruh dimensi SERVQUAL—bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati—menunjukkan hasil yang positif, dengan dimensi empati dan daya tanggap sebagai aspek yang paling menonjol. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan customer.

## 6. Referensi

- Adiyanta, S. F. C. (2019). Hukum dan studi penelitian empiris: Penggunaan metode survey sebagai instrumen penelitian hukum empiris. *Administrative Law & Governance Journal*, 2(4), 2621–2781.
- Aqsal, M., Safrizal, S., & Chandra, R. (2025). Analisis service quality (Servqual) pada pusat perbelanjaan oleh-oleh di Kecamatan Pantee Bidari. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 361–374. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14716>.
- Ardiansyah, D., Adilia, S., Astriani, K., Arnia Rachmawati, S., & Daniel Limantara, A. (2024). Evaluasi kinerja karyawan dengan pendekatan Servqual untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di O'Seafood Kediri. *Simposium Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 2024.
- Gloriano, & Nugraha, J. (2022). Analisis kualitas pelayanan menggunakan metode Servqual: Studi kasus di perpustakaan Unesa. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(3), 233–245.
- Hariyanto, S., Maskur, & Nuryasin, I. (2020). Implementasi metode Servqual untuk evaluasi pelayanan berbasis web (Studi kasus: Puskesmas Talun Kabupaten Blitar). *REPOSITOR*, 2(2), 177–184.
- Jazuli Muhammad, Samanhudi Didi, & Handoyo. (2020). Analisis kualitas pelayanan Servqual dan importance performance analysis di PT.XYZ. *Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi*, 1(1), 67–75.
- Jinayan. (2019). Survei tingkat kepuasan pengunjung terhadap objek wisata Pantai Topejawa di Kabupaten Takalar. Universitas Negeri Makassar.
- Juliarto, A. (2020). Analisis kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Samudera Raya Jaya. Stiamik Barunawati.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing management* (S. Wall, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Pearson Education Limited.
- Kusuma, I. A., Dwi, F., Afifah, N., Ruba, M. G., & Yudha Utama, Y. (2023). Analisis manajemen digital dalam mengoptimalkan kinerja bisnis. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(1), 12–24.
- Moch, I. Q. Z. P. D. (2024). Pentingnya manajemen kinerja dalam meningkatkan produktivitas dan motivasi karyawan. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 01–07. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i3.377>.
- Noor, V. F. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu). Institut Agama Islam.
- Oliver, L. R. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <http://www.jstor.org/stable/3150499>.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–39.

## RESEARCH ARTICLE

- Parhan, M., & Bakhtiar, A. (2024). The relationship between total quality management and customer satisfaction through the mediation of employee performance. *Jurnal Teknik Industri*, 25(2), 161–172. <https://doi.org/10.22219/JTIUMM.Vol25.No2.161-172>.
- Ramadhani, S. (2024). Analisis kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bali Harta Makmur Denpasar. Politeknik Negeri Bali.
- Ramadhon, M. A., Andesta, D., & Hidayat, H. (2022). Evaluasi Servqual menggunakan metode IPA dan analisis GAP di Departemen X (Studi kasus: PT. X). *Jurnal Penelitian Enjiniring*, 25(2), 98–104. <https://doi.org/10.25042/jpe.112021.03>.
- Ramathina, F. A., & Indriani, D. (2021). Peningkatan manajemen kinerja melalui total kualitas manajemen, sistem pengukuran kinerja dan sistem penghargaan di Balai Besar Logam dan Mesin. *Ekono Insentif*, 15(1), 28–33. <https://doi.org/10.36787/jei.v15i1.504>.
- Rohmad, & Sarah, S. (2021). Pengembangan instrumen angket (A. Murtardho, Ed.; Vol. 1). K-Media.
- Ruslim, S. T., & Rahardjo, M. (2016). Identifikasi kepuasan konsumen ditinjau dari segi harga dan kualitas pada restoran Abuba Steak di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 51–55.
- Sinollah, & Masruroh. (2019). Pengukuran kualitas pelayanan (Servqual-Parasuraman) dalam membentuk kepuasan pelanggan sehingga tercipta loyalitas pelanggan (Studi kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45–64.
- Yakob, A., Kusumawati, Y., Alfiyani, L., Mulyono, D., Rahayu, U. B., Untari, I., Hamranani, S. S. T., & Umam, D. N. (2024). Hubungan mutu pelayanan dengan kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Manguharjo Madiun tahun 2023. *Jurnal Keilmuan dan Keislaman*, 45–48. <https://doi.org/10.23917/jkk.v3i1.49>.
- Yudiansyah, Intan Sahid, V., Giovani, A., Wibianto, D., & Satriadi. (2023). Penerapan manajemen kinerja pada PT. Wang Bintang Konsultan. *Jurnal Multidisiplin*, 1(6), 1300–1308.