

Perkembangan

Bidang Sosial Humaniora Pertanian dan Teknologi Mendukung Sustainable Development Goals

Erni Umami Hasanah, dkk



Editor:

Dr. Untoro Budi Surono, S.T., M.Eng.

Bayu Megaprastio, S.T.

PERKEMBANGAN BIDANG SOSIAL HUMANIORA, PERTANIAN DAN TEKNOLOGI

**MENDUKUNG SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS**

Penulis

Erni Umami Hasanah, dkk



**PERKEMBANGAN BIDANG SOSIAL HUMANIORA,
PERTANIAN DAN TEKNOLOGI MENDUKUNG
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**

© Penerbit Kepel Press

Penulis :

Kusmaryati D. Rahayu, Dyah Ayu,
Ernawati, Danang Sunyoto,
Yanuar Saksono, Fitri Ariyani,
Febrianti Sianturi, Rina Ekawati,
Sri Suwarni, Sri Hendaro Kunto
Hermawan, Rini Raharti,
Aditya Kurniawan, Bimo Harnaji,
Takariadinda Diana Ethika, Suswoto,
Jalu Pangestu, R. Murjiyanto, Yuli Nur
Hayati, Wiwin Budi Pratiwi, Lia Lestiani,
Hartanti, Heni Anugrah, Danang
Wahyudi, Erni Umami Hasanah, Tsulist
Anna Muslihatun, Sunarya Raharja, FR
Harjiyatni, Puji Prihatna, Dyah Rosiana
Puspitasari, Yuli Sri Handayani, Endang
Sulistyaningsih, Rendradi Suprihandoko,

Marhaenia Woro Srikandi, Nurwiyanita,
Kartinah, Danang Wahyudi, Js. Murdomo,
Muhamad Nasruddin Manaf, Feri
Febria Laksana, Mochamad Syamsiro,
Puji Puryani, Frans Teza Akbar, Ummu
Hafizah Izhawa, Pantja Siwi V R Ingesti,
Sudu Anggara Tri Harjanta, Mochamad
Syamsiro, Syahril Machmud, Rahma Dini,
Risdiyanto, Ishviati Joenaini Koenti, Vinny
Victoria, Paryadi, Teo Jurumudi, R. Tri
Yuli Purwono, Bonaventura Agung Sigit
Pambudi, Sukirno, Endang Sulistyaningsih,
Erni Umami Hasanah, Danang Wahyudi,
Tsulists Anaa Mushlihatun, Nur Widayawati
Rini Raharti, Aditya Kurniawan, Bimo
Harnaji

Editor:

Dr. Untoro Budi Surono, S.T., M.Eng.
Bayu Megaprastio, S.T.

Desain Sampul:
Emmanuella Regina

Desain Isi:
Resida Simarmata

Cetakan Pertama, Februari 2023

Diterbitkan oleh Penerbit Kepel Press
Puri Arsita A-6, Jl. Kalimantan, Ringroad Utara, Yogyakarta
email: amara_books@yahoo.com
Telp/faks : 0274-884500; Hp : 081 227 10912

Anggota IKAPI
ISBN: 978-602-356-505-4

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku,
tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

Percetakan Amara Books
Isi di luar tanggung jawab percetakan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas kuasa-Nya sehingga kami dapat menyusun dan menerbitkan Book Chapter dengan judul “Perkembangan Bidang Sosial Humaniora, Pertanian dan Teknologi mendukung *Sustainable Development Goals*”. Konsep *Sustainable Development* saat ini memiliki fokus pada pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan untuk generasi mendatang. Prinsip *Sustainable Development* adalah terpenuhinya kebutuhan hidup manusia dengan memanfaatkan sumber daya alam tanpa merusak lingkungan alam sekitar.

Book chapter ini merupakan kompilasi berbagai tulisan dari para penulis yang ahli dalam Bidang Sosial Humaniora, Pertanian dan Teknologi yang tersusun dalam 26 bab. Buku ini diterbitkan dengan tujuan untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan. Tulisan-tulisan di dalam buku ini diharapkan dapat menambah referensi dan wawasan tentang upaya dukungan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*).

Dalam proses penulisan dan penyusunan *book chapter* ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu kepada semua pihak yang terlibat disampaikan terima kasih. Disadari bahwa dalam penyusunan *book chapter* ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu jika ada masukan dan saran yang membangun akan diterima sebagai upaya perbaikan dan penyempurnaan *book chapter* ini.

Ketua LP3M
Universitas Janabadra

Dr. Erni Umami Hasanah, SE.,M.Si

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Kinerja Pegawai: Stres, Motivasi Dan Evaluasi Kerja (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Kulon Progo) <i>Kusmaryati D. Rahayu, Dyah Ayu Ernawati</i>	1
Peran Keadilan Distributif dan Keadilan Prosedural pada Efektifitas Organisasi dengan Keterikatan Karyawan sebagai Mediasi <i>Danang Sunyoto, Yanuar Saksono¹, Fitri Ariyani</i>	19
Pertumbuhan dan Biomassa Bibit Kelapa Sawit pada Volume Penyiraman dan Pemberian Urin Kambing <i>Febrianti Sianturi, Rina Ekawati</i>	44
Kajian Yuridis Tentang Perceraian dan Pembagian Harta Perkawinan Terhadap Putusan Perkara Nomor: 18/ Pdt.G/2022/PN. Smn. <i>Sri Suwarni, Sri Hendarto Kunto Hermawan</i>	61
Penyelesaian Sengketa Informasi Publik Di Komisi Informasi Daerah DIY Di Masa Pandemi Covid-19 <i>Takariadinda Diana Ethika, Suswoto, Jalu Pangestu</i>	86

Kriteria Usaha Mikro Dan Kecil Sebagai Batasan Dalam Pendirian PT Perorangan <i>R. Murjiyanto, Yuli Nur Hayati</i>	105
Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial Selama Masa Pandemi Covid di Kota Yogyakarta <i>Wiwini Budi Pratiwi, Lia Lestiani</i>	123
Penyelesaian Terhadap Anak Yang Melakukan Tindak Pidana Kekerasan Seksual (Studi Kasus di Klaten) <i>Hartanti, Heni Anugrah</i>	139
Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan <i>Danang Wahyudi, Erni Umami Hasanah, Tsulist Anna Muslihatun</i>	153
Upaya Pengendalian Pencemaran Lingkungan Akibat Limbah Domestik Di Sungai Winongo Kota Yogyakarta <i>Sunarya Raharja, FR Harjiyatni¹, Puji Prihatna</i>	172
Roving Ambassador dalam Perspektif Hukum Diplomatik Konsuler <i>Dyah Rosiana Puspitasari</i>	185
Kajian Yuridis Sosiologis Terhadap Pernikahan Usia Dini Di Masa Pandemi Covid-19 <i>Yuli Sri Handayani, Endang Sulistyaningsih</i>	206
Faktor Faktor Penyebab Terpidana Korupsi Tidak Membayar Uang Pengganti Dalam Perkara Korupsi di Kota Yogyakarta <i>Rendradi Suprihandoko, Marhaenia Woro Srikandi</i>	216

Analisis Produktivitas Mesin Cetak Offset Pada Perusahaan Percetakan Buku Di Yogyakarta <i>Nurwiyanta, Kartinah, Danang Wahyudi</i>	230
Pelaksanaan Rehabilitasi Medis bagi Penyalahguna Narkotika Dalam Masa Pandemi Covid 19 di Lembaga Pemasyarakatan Narkotika Kelas II Yogyakarta <i>Js. Murdomo</i>	243
Monolayer Silicene Apakah Stabil? : Simulasi Menggunakan First-Principles <i>Muhamad Nasruddin Manaf, Feri Febria Laksana, Mochamad Syamsiro</i>	266
Kajian Yuridis Penempatan Klausula Baku dan Perlindungan Hukum terhadap Debetur pada Pinjaman Online <i>Puji Puryani, Frans Teza Akbar</i>	279
Pengaruh Pemberian Tetes Tebu Pada Tanaman Tebu Keprasan (Ratoon Cane) sebagai Pupuk Organik <i>Ummu Hafizah Izhawa dan Pantja Siwi V R Ingesti</i>	299
Analisis Kinerja Prototipe Mesin Pembangkit Listrik Piko Hidro Terapung 12 Sudu <i>Anggara Tri Harjanta, Mochamad Syamsiro, Syahril Machmud</i>	317
Karakteristik Parkir Sepeda Motor di Pasar Tradisional dan Pengembangan Desain Parkir menurut Perspektif Pengunjung <i>Rahma Dini, Risdiyanto</i>	334
Komparasi Putusan Pengadilan Tata Usaha Negara Terhadap Gugatan Keputusan Fiktif Negatif, Permohonan Terhadap Keputusan Fiktif Positif Dan Perubahannya Pasca Undang-Undang Cipta Kerja <i>Ishviati Joenaini Koenti, Vinny Victoria Tanawani</i>	348

Peranan Mediator dalam Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman <i>Paryadi, Teo Jurumudi</i>	369
Kajian Yuridis Tentang Perjanjian Tindakan Bedah Plastik Estetik Pada Layanan Klinik Bedah Plastik <i>R. Tri Yuli Purwono, Bonaventura Agung Sigit Pambudi</i>	382
Analisis Yuridis Urgensi Pembentukan Peraturan Daerah Tentang Garis Sempadan Di Kabupaten Kebumen <i>Sukirno, Endang Sulistyaningsih</i>	397
Pengaruh Infrastruktur Ekonomi dan Sosial terhadap Produktivitas Ekonomi 13 Provinsi di Indonesia Timur <i>Erni Umami Hasanah, Danang Wahyudi, Tsulists Anaa Mushlihatun, Nur Widyawati</i>	419
Kajian Pengembangan Potensi Desa Berbasis Prukades untuk Mendukung Kemandirian Ekonomi Desa di Kecamatan Prambanan Kabupaten Klaten <i>Rini Raharti, Aditya Kurniawan, Bimo Harnaji</i>	437

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN

Danang Wahyudi¹, Erni Umami Hasanah²,
Tsulist Anna Muslihatun³

¹ Manajemen, FEB, Universitas Janabadra, Yogyakarta,

² Ekonomi Pembangunan, FEB, Universitas Janabadra, Yogyakarta

³ Manajemen, STIE Jakarta, Jakarta

Email: danangwahyudi@janabadra.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the magnitude of the influence of service quality and corporate image on customer loyalty through the mediation of customer satisfaction. The research method used is quantitative. Data collection instrument using a questionnaire. The population of this study was all customers who had serviced their vehicles more than 3 times at the Toyota Nasmoco Workshop in Yogyakarta. Samples were taken from as many as 100 people using the purposive sampling method. Research data was distributed using a questionnaire to 100 customers. The collected data were analyzed by path analysis.

The results showed that service quality had a positive and significant effect on satisfaction, a corporate image had a positive and significant effect on satisfaction, service quality did not affect customer loyalty, a corporate image had a positive and significant effect on customer loyalty, satisfaction had a positive and significant effect on customer loyalty, quality service has a positive and significant effect on customer loyalty through satisfaction, and corporate image has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Corporate Image, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Service Quality.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang telah melakukan servis kendaraan sebanyak lebih dari 3x di Bengkel Toyota Nasmoco di Yogyakarta. Sampel diambil sebanyak 100 orang dengan menggunakan metode purposive sampling. Data penelitian disebarkan dengan menggunakan kuesioner kepada 100 pelanggan. Data yang terkumpul dianalisis dengan analisis jalur (path analysis).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan, dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan; Citra Perusahaan; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Menyadari pentingnya membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, PT Nasmoco mengusung budaya GREAT sebagai budaya organisasinya. GREAT merupakan singkatan dari *Give delight experience* (memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan), *respect for other* (membangun kerja sama serta memberikan apresiasi dan empati kepada sesama), *excellent perfor-*

mance (menunjukkan kinerja terbaik pada pelanggan), *always be professional* (selalu menunjukkan kompetensi terbaik, berkomitmen, dan penuh tanggung jawab), dan *take action to improve* (mengambil tindakan untuk melakukan perbaikan secara berkelanjutan).

Bengkel Nasmoco selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik sebagai usaha dalam meraih loyalitas pelanggan. Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan, dilakukan oleh Darwin dan Kunto [1], menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam upayanya untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan, bengkel Nasmoco berusaha untuk menghadirkan keunggulan-keunggulan layanan. Keunggulan yang dimiliki yaitu jaminan standar layanan terbaik untuk kendaraan Toyota dengan pengawasan dari PT Toyota Astra Motor yang merupakan ATPM Toyota di Indonesia, meskipun begitu, beberapa keluhan dari para pelanggan masih ada, dan hal ini harus segera direspon oleh perusahaan.

Beberapa keluhan yang sering muncul adalah waktu pelayanan yang dianggap oleh beberapa pelanggan terlalu panjang, sehingga mengganggu aktifitas para pelanggan, persediaan *spare part* yang kadang harus inden dan berbagai permasalahan lainnya. Menyangkut citra Bengkel Nasmco sebagai bengkel khusus merek Toyota juga masih ada keluhan, misalnya kadang pelanggan masih mengeluh atas pelayanan Nasmoco yang agak lama, sehingga hal ini mempengaruhi citra bengkel Nasmoco di Yogyakarta. Penelitian yang telah dilakukan oleh Suratno [2] tentang Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening, menyimpulkan bahwa Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah yang akan dikemukakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
4. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan ?
7. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan ?

METODE

1. Variabel Penelitian

a. Variabel Bebas

Variabel bebas juga disebut sebagai stimulus, prediktor, antecedent, atau variabel independen. Variabel ini adalah yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat [3]. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Citra perusahaan (X1) dan Kualitas Layanan (X2)

b. Variabel Terikat

Variabel terikat juga disebut variabel output, kriteria, konsekuensi, atau variabel dependen. Variabel dependen adalah variabel

yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas [3]. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Loyalitas Konsumen/pelanggan (Y)

c. *Variabel Antara*

Variabel antara adalah variabel yang memperkuat dan atau memperlemah hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat, sehingga variabel tersebut tidak diukur [3]. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel intervening adalah Kepuasan Pelanggan (Y2)

2. Populasi dan Sampel

a. *Populasi penelitian*

Populasi adalah semua individu atau objek yang diperoleh untuk digeneralisasikan. Dengan kata lain populasi adalah sekumpulan objek yang akan diteliti. Menurut [4] populasi adalah kumpulan dari elemen-elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang dapat digunakan untuk dapat memuat kesimpulan. Pada penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh pelanggan bengkel Nasmoco Yogyakarta yang jumlah tidak diketahui secara pasti

b. *Sampel Penelitian*

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, misalnya karena ada keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti biasa menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu [5]. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu [5]. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan ukuran sampel

yang layak dalam penelitian adalah antar 30 sampai dengan 500 [5]. Jadi dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang responden

3. Alat Analisis

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir suatu daftar pertanyaan/kuesioner dalam mendefinisikan suatu variabel. Cara pengukurannya, setiap butir-butir pertanyaan akan dikorelasikan dengan skor total. Adapun korelasi yang digunakan adalah korelasi Product Moment Pearson [6].

Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai korelasi yang dihasilkan dari setiap butir pertanyaan lebih besar dari nilai korelasi tabel [7].

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat kemampuan suatu instrumen pengukur yang dapat menghasilkan data yang konsisten dan bebas dari kesalahan. Dalam penelitian ini digunakan koefisien Cronbach Alpha [5].

Dalam uji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini digunakan program SPSS for Windows, dimana reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik atau realibel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ [7].

b. Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi dilakukan uji statistik non para-

metrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Data ber distribusi normal jika dalam uji (K-S) nilai signifikansi nya $> 0,05$ [8].

c. Path Analysis

Dalam penelitian ini digunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung

d. Uji Sobel

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel dan dikenal dengan uji Sobel (Sobel test). Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (M)

HASIL

a. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Berdasar Pendidikan Responden

Berdasar dari olah data, diketahui bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMA 37% atau 37 orang, dengan pendidikan terakhir DI/DII/DIII sebanyak 15% atau 15 orang, dengan pendidikan terakhir S1 sebanyak 44% atau 44 orang, dengan pendidikan terakhir S2 sebanyak 3% atau 3 orang dan pendidikan terakhir lainnya sebanyak 1% atau hanya 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian ini mayoritas pendidikan terakhir adalah Strata 1 atau S1

b. Karakteristik Berdasar Pekerjaan Responden

Berdasar dari olah data, diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 36 orang, mahasiswa/i sebanyak 4 orang, PNS sebanyak 15 orang, Wiraswasta sebanyak 24 orang, dan pekerjaan lainnya sebanyak 21 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini bekerja sebagai karyawan swasta

2. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Berdasar dari hasil olah data, menunjukkan bahwa dari hasil uji validitas, semua butir pertanyaan dapat dinyatakan valid, karena hasil olah data dengan aplikasi SPSS, nilai r -hitung dari masing-masing butir pertanyaan dalam kuesioner lebih besar dari nilai r -tabel. Hasil uji reliabilitas, menunjukkan bahwa semua variabel penelitian dapat dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's alpha masing-masing variabel penelitian lebih besar dari 0,60.

3. Hasil Uji Normalitas Data

Berdasarkan uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh nilai Asymp. Sig sebesar 0,200 lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal

4. Hasil Path Analysis

a. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Kualitas dan Citra terhadap Kepuasan

Berikut hasil output SPSS untuk pengaruh kualitas dan citra terhadap kepuasan

Tabel 1. Nilai t dan Sig Pengaruh Kualitas dan Citra terhadap Kepuasan

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	-1.247	2.098	-.594	.554
1 Kualitas layanan	.470	.064	7.398	.000
Citra perusahaan	.192	.074	2.591	.011

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Berdasarkan Tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan dari kedua variabel yaitu kualitas layanan sebesar 0,000, dimana 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra perusahaan sebesar 0,011, dimana 0,011 lebih kecil dari 0,05 yang berarti citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil persamaan regresi pertama, diperoleh Unstandardized beta pada variabel kualitas layanan 0,470 (P2), citra perusahaan sebesar 0.192 (P2)., dan nilai R^2 sebesar 0,591, maka, besarnya $e1 = \sqrt{(1-R^2)}$

$$= \sqrt{(1-0,591_2)}, e1 = 0,8067$$

b. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Kualitas, Citra dan kepuasan terhadap Loyalitas

Hasil output SPSS untuk pengaruh kualitas, citra dan kepuasan terhadap loyalitas

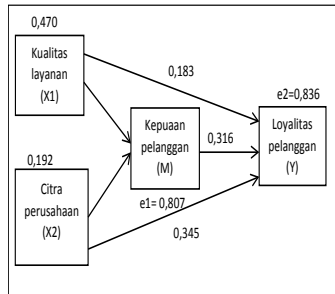
Tabel 2. Nilai t dan Sig Pengaruh Kualitas, Citra dan Kepuasan Terhadap Loyalitas

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	5.582	2.541	2.197	.030
Kualitas layanan	.160	.096	1.663	.100
Citra perusahaan	.351	.092	3.794	.000
Kepuasan pelanggan	.362	.123	2.947	.004
a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan				

Berdasarkan Tabel 2, maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan dari ketiga variabel yaitu kualitas layanan sebesar 0,100, di mana 0,100 lebih besar dari 0,05 yang berarti kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Citra perusahaan sebesar 0,000, dimana 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebesar 0,004, dimana 0,004 lebih kecil dari 0,05 yang berarti kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari hasil persamaan regresi kedua diperoleh Unstandardized beta variabel kualitas layanan sebesar 0,160 (P1), variabel citra perusahaan sebesar 0.351 (P1) dan kepuasan pelanggan sebesar 0,362 (P3) dan nilai $R^2 = 0.548$, maka, besarnya $e2 = \sqrt{(1-R^2)} = 0,836$.

Berdasar hasil Tabel 1 dan tabel 2, dan penghitungan nilai e1 dan e2, maka hasil penghitungan tersebut di atas dapat digambarkan ke dalam model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Jalur Persamaan

5. Hasil Uji Sobel

a. Pengaruh Langsung

Pengaruh langsung merupakan pengaruh dari satu variabel independen ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya. Dapat diketahui pengaruh langsung masing-masing variabel sebagai berikut:

1) Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan (X1 ke Y)

Berdasarkan olah data, diketahui bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi 0,160. dan nilai signifikansi $0,100 > 0,05$ dengan demikian kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan.

2) Citra perusahaan terhadap loyalitas (X2 ke Y)

Berdasarkan olah data, diketahui bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi 0,345 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan demikian citra perusahaan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan.

b. Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh tidak langsung adalah situasi di mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen melalui variabel lain disebut variabel intervening.

Tabel berikut menjelaskan pengaruh langsung dan tidak langsung masing-masing variabel:

Tabel 3. Pengaruh Antar variabel Penelitian

Jalur	Koefisien jalur (P)	Standar error (SP)
P1	X1-Y = 0,160	X1-Y = 0,096
	X2-Y = 0,351	X2-Y = 0,092
P2	X1-M = 0,470	X1-M = 0,064
	X2-M = 0,192	X2-M = 0,074
P3	M-Y = 0,362	M-Y = 0,123

- 1) Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (X1 ke Y melalui M)

Kualitas layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien sebesar $0,470 \times 0,362 = 0,17014$ (P2XP3).

Untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel mediasi secara tidak langsung dengan menggunakan uji sobel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} & (Sp2p3) \\ &= \sqrt{(P3^2 SP^2 + [(P2)]^2 [(SP3)]^2 + [(SP2)]^2 [(SP3)]^2)} \\ &= 0,026572 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil standar error koefisien indirect effect diatas maka dapat dihitung nilai statistik pengaruh mediasi berikut:

$$t = P2P3/SP2P3 = 0,17014/(0,026572) = 6,403$$

Oleh karena nilai t hitung 6,403 lebih besar dari t tabel yaitu sebesar 1,984, maka dapat disimpulkan bahwa ada

pengaruh mediasi kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

- 2) Citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (X2 ke M dan M ke Y)

Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan koefisien sebesar 0,192 X 0,362=0,069504 (P2XP3)

Untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel mediasi secara tidak langsung dengan menggunakan uji sobel sebagai berikut:

$(Sp2p3)$

$$= \sqrt{(P3^2 SP2^2 + [P2]^2 [SP3]^2 + [SP2]^2 [SP3]^2)}$$

$$= 0,0274285619$$

Berdasarkan hasil standar error koefisien indirect effect di atas maka dapat dihitung nilai t statistic pengaruh mediasi sebagai berikut:

$$t = P2P3/SP2P3 = 0,069504/(0,0274285619) = 2,534$$

Oleh karena nilai t hitung 2,534 lebih besar dari t tabel dengan signifikan 0,05 yaitu sebesar 1,984, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh mediasi kepuasan pelanggan terhadap citra perusahaan dan loyalitas pelanggan.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai t test variabel kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (M) menunjukkan nilai sebesar 7,398 dengan nilai signifikasi sebesar 0,000. Dimana 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (M) bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta

Dengan demikian penelitian ini menunjukkan bahwa jika kualitas layanan pada Bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta baik maka kepuasan pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta juga akan meningkat secara signifikan. Sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Sanistasya [9] yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan. Sebaliknya jika yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas dipersepsikan tidak memuaskan

2. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan pelanggan

Nilai t test variabel citra perusahaan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (M) menunjukkan nilai sebesar 2,591 dengan nilai signifikasi sebesar 0,011. Dimana 0,011 lebih kecil dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (M) bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta.

Dengan demikian penelitian ini menunjukkan jika citra perusahaan baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat secara signifikan. Sehingga hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini di terima.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyaningsih [10] yang menyebutkan bahwa citra perusahaan yang semakin tinggi dalam benak pelanggan maka dapat meningkatkan kepuasan. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi citra perusahaan yang positif dalam benak pelanggan maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi.

3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Nilai t test variabel kualitas layanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan nilai sebesar 1,663 dengan nilai signifikansi sebesar 0,100. Dimana 0,100 lebih besar dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta. Hal ini berarti jika kualitas layanan meningkat tidak berpengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta.

Dengan demikian penelitian ini tidak mampu membuktikan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, maka hipotesis ketiga (H3) ditolak.

Dengan demikian penelitian ini tidak mampu membuktikan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, maka hipotesis ketiga (H3) ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Darwin [1] dimana hasil dari penelitian tersebut adalah kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Asuransi Jiwa Manulife Surabaya.

4. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Nilai t test variabel citra perusahaan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan nilai sebesar 3,794 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00. Dimana 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta, dengan demikian hipotesis (H4) diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suratno, dkk [2] yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang. Hal ini dapat diartikan

bahwa semakin baik citra perusahaan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan yang diraih oleh perusahaan

5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Nilai t test variabel kepuasan pelanggan (M) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan nilai sebesar 2,947 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004. Di mana 0,004 lebih kecil dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (M) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta.

Hal itu berarti apabila kepuasan pelanggan ditingkatkan, maka loyalitas pelanggan juga akan ikut meningkat. Dengan demikian hipotesis kelima (H_5) penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhidayati [11] yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

6. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Setelah sebelumnya melakukan uji sobel test dan dilanjutkan dengan melakukan perhitungan statistik, kemudian diketahui t tabelnya sebesar 1,98498, dan hasil dari t hitung sebesar 6,403 atau $1,98498 < 6,403$ dengan tingkat signifikansi 5%, yang kemudian dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan sebagai variabel M berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, Hal ini berarti ketika pelanggan merasa puas terhadap yang kualitas layanan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan maka loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ishak & Azzahroh [12], yang menyatakan bahwa kepuasan

mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan sempurna (*full mediation*).

7. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Setelah sebelumnya melakukan uji Sobel test dan dilanjutkan dengan melakukan perhitungan statistik, kemudian diketahui t tabelnya sebesar 1,98498, dan hasil dari t hitung sebesar 2,534 atau $1,98498 < 2,534$ dengan tingkat signifikansi 5%, yang kemudian dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan sebagai variabel M berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Khikmah & Prihandono [13] yang menyatakan bahwa kualitas layanan mampu memediasi pengaruh antara citra perusahaan dan loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta.
2. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta.
3. Kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta.

4. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco Yogyakarta.
6. Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan.
7. Citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Darwin and Y. S. Kunto,. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya," *J. Manaj. Pemasaran*, vol. Vol. 2, No, pp. 1–12, 2014.
- [2] D. Suratno, "Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang," *J. Manag.*, vol. Volume 02, pp. 1251–7217, 2016.
- [3] Sumanto, *Teori dan Aplikasi Penelitian*. Yogyakarta: CAPS, 2014.
- [4] G. Candrarini, *Metode Riset Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- [5] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2013.
- [6] U. Husain, *Metode Penelitian untuk Skripsi S1*. Jakarta: Rajawali, 2013.
- [7] N. Agung, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andy, 2005.

- [8] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- [9] P. A. Sanistasya, K. Raharjo, and Mohammad Iqbal, "The Effect of Financial Literacy and Financial Inclusion on Small Enterprises Performance in East Kalimantan," *J. Econ.*, vol. Vol 15, No, pp. 48–59, 2019.
- [10] Mulyaningsih, "PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK OCBC NISP DI DENPASAR," *E-Jurnal Manaj. Unud*, vol. Vol. 5, No, pp. 1–30, 2016.
- [11] Y. Nurhidayati, "Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Fish Streat Cabang Tebet," *J. Widya Cipta*, vol. Vol.2No.1, 2018.
- [12] M. Z. Ishak and E. P. Azzahroh, "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING," *J. Ekon. dan Bisnis Islam (Journal Islam. Econ. Business)*, vol. 3(1):26, 2017.
- [13] Prihandono and Khikmah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan," *Manag. Anal. J.*, vol. 6(4), pp. 435–447, 2017.