

PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PESERTA PELATIHAN DI YAYASAN PENDIDIKAN IKBAL-M-YOS BATAM

Nofi Handayani¹, Suhardi²

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

E-mail: pb170910208@upbatam.ac.id

ABSTRACT

The rapid development of technology and information has made competition in the business world tighter. To face this competition, business owners must strive to provide the best for their customers. The purpose of this study was to determine the effect of corporate image, service quality and facilities on the satisfaction of training participants at the Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam. In determining the sample of this study using the simple random sampling method and calculated using the slovin formula which resulted in a total sample of 114 respondents. The design in this research is descriptive with a quantitative approach. Then the hypothesis testing uses the support of the SPSS application version 25. From the results of data analysis, this study results in the conclusion that the results of the T test for corporate image partially have a positive and significant effect on the satisfaction of training participants, service quality partially has a positive and significant effect on the satisfaction of training participants, facilities are partially partial effect on the satisfaction of trainees. From the results of the F-test corporate image, service quality and facilities simultaneously have a positive and significant effect on the satisfaction of training participants.

Keywords: *Corporate Image; Service Quality; Facilities; Training Participant Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini, berkembangnya teknologi dan informasi secara pesat membuat kompetisi dalam dunia bisnis bertambah ketat. Untuk menghadapi persaingan tersebut, pemilik usaha harus berusaha keras memberikan yang terbaik untuk para konsumen mereka. Situasi persaingan bisnis perusahaan harus bisa melihat hal-hal yang penting demi kelangsungan bisnis perusahaan itu sendiri. Hal yang terpenting yang harus perusahaan lakukan adalah berusaha semaksimal mungkin untuk membangun strategi yang berguna untuk mencapai tujuan demi meningkatkan dan mempertahankan konsumen karena konsumen pada saat ini semakin kritis dalam memilih yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dengan terpenuhinya keinginan, diharapkan konsumen akan merasakan

kepuasan. Menurut (Irfan, 2019 : 83) pemimpin sebuah perusahaan harus mengerti sesuatu yang dianggap penting oleh konsumen serta berusaha demi kinerja yang baik dapat dihasilkan agar pelanggan terpuaskan.

Upaya perusahaan untuk membuat konsumennya puas salah satunya dapat dilakukan dengan membentuk citra perusahaan yang baik di mata konsumennya dan di mata publik. Perusahaan membutuhkan upaya pengenalan perusahaan terhadap publik agar tercipta ingatan publik tentang persepsi mereka kepada perusahaan tersebut. Jika Citra perusahaan baik, konsumen atau pengguna jasa diharapkan menjadi tidak ragu-ragu jika hendak menggunakan produk ataupun jasa dari perusahaan tersebut. Membentuk citra perusahaan tidaklah mudah. Perusahaan membutuhkan kerja keras secara konsisten agar citra

perusahaan yang baik dapat ditanamkan di hati konsumen maupun publik karena baiknya citra suatu perusahaan sangatlah penting bagi eksistensi suatu perusahaan. Menurut (Lesmana & Yustriani, 2017 : 137) membentuk citra diperlukan upaya kreativitas dan berusaha dengan kinerja ekstra. Citra tidak bisa di semaikan pada pemikiran seseorang dengan waktu yang cepat ataupun lewat sebuah sarana media massa. Namun seharusnya diperkenalkan lewat setiap sarana dengan berkelanjutan.

Perusahaan yang ingin menciptakan kepuasan para konsumennya, tentunya kualitas pelayanan sangat penting untuk diperhatikan. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mengutamakan kepentingan konsumen atau pengguna jasa. Fokus pada konsumen atau pengguna jasa adalah hal yang harus dilakukan oleh setiap lini pelayanan sebuah perusahaan. Perasaan yang tulus dan ikhlas dalam melayani para konsumennya harus ditanamkan oleh setiap karyawan yang berhubungan dengan konsumen atau pengguna jasa. Diharapkan jika perusahaan telah memberikan pelayanan terbaik mereka, konsumen atau pengguna jasa dapat dengan hati yang ikhlas dalam upaya penggunaan produk atau jasa perusahaan tersebut dan akan tercipta kepuasan bahkan merekomendasikan kepada orang lain dan tentunya akan berdampak kepada eksistensi perusahaan tersebut. Menurut (Rutjahan & Ismunandar, 2020 : 106) di dalam perkembangannya, kelangsungan suatu bisnis ditentukan bagaimana suatu bisnis tersebut bisa memenuhi apa yang konsumen inginkan.

Hal terpenting yang lain dimana tidak bisa ditinggalkan dan harus diperhatikan perusahaan, terutama perusahaan jasa dalam mamberikan pelayanan kepada konsumen atau pengguna jasa adalah dengan memperhatikan fasilitas yang mereka sediakan untuk menunjang jalannya pemberian jasa yang ditawarkan. Fasilitas mempunyai peranan penting untuk menunjang jalannya proses

pemberian jasa. Di dalam bisnis yang bergerak dalam bidang jasa, baik fasilitas utama maupun fasilitas penunjang sama pentingnya. Apabila semua kebutuhan pengguna jasa akan fasilitas yang mereka butuhkan terpenuhi, akan ada kesan tersendiri di hati mereka. Karena jika fasilitas yang di sediakan oleh perusahaan lengkap, selain dapat menunjang jalannya proses pemberian jasa, fasilitas yang memadai akan membuat pelanggan menjadi nyaman. Perasaan nyaman tersebut diharapkan membuat konsumen atau pengguna jasa menjadi puas. Menurut (Rutjahan & Ismunandar, 2020 : 106), jika tingkat harga yang dipatok hampir sama, jika penyedia jasa semakin lengkap dalam hal memberikan fasilitas, pelanggan akan semakin puas dan memprioritaskan perusahaan sebagai pilihannya karena persepsi yang dirasakannya terhadap fasilitas yang di sediakan.

Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam sebagai salah satunya lembaga yang berfokus pada bidang pelatihan dan sertifikasi profesi. Yayasan Pendidikan IKBAL M-YOS Batam merupakan lembaga pelatihan dan sertifikasi profesi di bidang migas dan kemaritiman. IKBAL-M-YOS menjadi salah satu bidang usaha strategis yang berfokus untuk membentuk manusia yang mempunyai sumber daya dan potensi serta mempunyai kualitas bidang tersebut yang berada di kota Batam. Sejalan dengan itu juga munculnya banyak pesaing sejenis IKBAL-M-YOS tidak dapat dihindarkan. Oleh karena itu, membentuk kepuasan di benak konsumen sangatlah penting agar bisa mempertahankan eksistensinya. Menurut (Adriani & Realize, 2018 : 169) di kota Batam saat ini persaingan bisnisnya sangat ketat karena ilmu yang semakin berkembang, budaya serta teknologi yang membuat bertambah banyak pesaing yang membuka usaha dalam bidang yang sama. Oleh karena itu membentuk citra yang baik, meningkatkan kualitas pelayanan dan pengadaan fasilitas yang baik perlu diperhatikan agar menciptakan kepuasan para peserta yang mengikuti pelatihan di

Yayasan pendidikan IKBAL-M-YOS Batam. Pihak IKBAL-M-YOS Batam perlu menganalisa konsumen mereka agar selalu dapat memberikan yang terbaik demi terciptanya kepuasan konsumen mereka. Yang harus menjadi perhatian oleh IKBAL-M-YOS adalah jumlah peserta pelatihan agar selalu banyak, kompetensi mengajar para pengajarnya karena menyangkut pembentukan sumber daya manusia, pengetahuan orang mengenai nama IKBAL-M-YOS serta citra nya juga menjadi perhatian, waktu tunggu dari pendaftaran sampai proses pelaksanaan pelatihan harus diperhatikan agar tidak terjadi kebosanan bagi calon peserta pelatihan, fleksibilitas waktu perlu diperhatikan karena sebagian besar peserta pelatihan adalah orang yang bekerja penuh waktu, selain itu fasilitas juga perlu menjadi perhatian karena mempengaruhi kenyamanan peserta pelatihan dan demi kelancaran proses pemberian jasa. Jadi baik fasilitas utama maupun fasilitas pendukung harus di perhatikan baik ketersediaan tempat parkir yang aman, fasilitas internet area untuk para peserta pelatihan, tempat makan dan minum serta *rest area* yang juga harus diperhatikan karena itu sebagai penunjang agar para peserta pelatihan merasakan kenyamanan.

KAJIAN TEORI

Citra Perusahaan

Citra merupakan kesan seseorang terhadap objek lain dimana hal itu terbentuk dari melakukan pemrosesan informasi yang di dapatkan tiap saat yang asalnya dari beberapa referensi yang dipercaya. Ada 3 hal penting yang ada pada citra, antara lain: kesannya terhadap objek, proses dimana citra itu terbentuk, serta referensi yang dipercaya. Objek dalam hal ini bisa meliputi perorangan ataupun organisasi yang di dalamnya terdapat orang banyak (Lunarindiah, 2016 : 241). Citra dapat dikatakan kesan, persepsi atau pandangan seseorang maupun publik terhadap suatu perusahaan atau lembaga yang melekat pada diri seseorang ataupun publik.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen yang didasarkan pada tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai harapan konsumen sehingga dapat memenuhi keinginan mereka (Rohaeni & Marwa, 2018 : 314). kualitas pelayanan merupakan penilaian mengenai baik atau buruknya suatu jasa dilihat dari cara suatu penyedia jasa/layanan memberikan jasa kepada para pelanggannya.

Fasilitas

Fasilitas mempunyai arti berbagai macam hal yang disediakan dengan sengaja oleh perusahaan penyedia jasa guna dipakai dan di nikmati oleh konsumen agar tingkat kepuasan menjadi lebih maksimal (Listyawati, 2019 : 38). Semua yang disediakan oleh penyedia jasa yang berguna untuk mendukung aktifitas pemberian suatu barang/jasa yang konsumen peroleh.

Kepuasan Peserta Pelatihan

Kepuasan peserta dapat diartikan suatu perasaan dimana diantara apa yang dirasakan cocok dengan apa yang diharapkan dari layanan yang berkualitas maupun kualitas produknya yang telah diperoleh oleh konsumen, pelanggan atau pengguna jasa sesuai atau tidaknya dengan persepsinya.(Nasib, 2017 : 32). Perasaan puas merupakan tingkatan perasaan yang dirasakan individu setelah kinerja atau hasil yang didapatkan kemudian dibandingkan dengan harapan (Firmansyah, 2019 : 39), kepuasan peserta merupakan terciptanya rasa senang atas terpenuhinya kebutuhan maupun keinginan pelanggan pada saat mengkonsumsi suatu produk atau jasa perusahaan karena yang didapatkan sesuai atau melebihi harapan pelanggan.

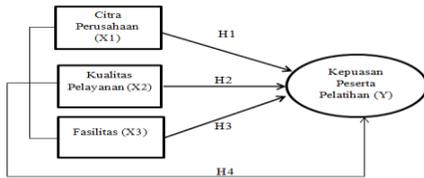
Indikator kepuasan menurut Irwan (SyaiFULLAH & Mira, 2018 : 87) antara lain:

1. Perasaan puas.
2. Selalu membeli produk maupun jasa.
3. Merekomendasikan kepada orang lain.

4. Harapan terpenuhi setelah menikmati produk atau jasa.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran (Sumber: Data Penelitian, 2020)

Hipotesis

- H1 : Citra perusahaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam.
- H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam.
- H3 : Fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam.
- H4 : Citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam yang beralamat di Garama Citra Hill Complex blok R Nomor 3,4,6 & 7, Jl. Yos Soedarso, Batu Ampar, Kota Batam. Desain dalam penelitian yang dilakukan deskriptif menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner disebarkan kepada responden. Responden di dalam penelitian ini adalah orang yang pernah melakukan pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam.

Jumlah populasi diambil dari jumlah 2 tahun terakhir peserta pelatihan yaitu 159 dan dihitung dengan menggunakan rumus slovin yang menghasilkan 114 sampel/responden untuk di teliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Dalam penelitian ini, empat jenis karakteristik responden yang akan dibahas yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan berdasarkan intensitas melakukan pelatihan yang dijalankan oleh responden tersebut. Berdasarkan jenis kelamin responden laki – laki sebanyak 101 atau 88,6% dan perempuan berjumlah 13 atau 11,4% dari total jumlah 114 responden. dari hasil penelitian peneliti bahwa tabel tersebut menjelaskan kepuasan peserta pelatihan didominasi oleh peserta laki laki. Berdasarkan usia responden dengan usia 20 – 25 tahun sebanyak 11 responden atau sama dengan 9,6% yang merupakan jumlah yang paling sedikit dari total 114 responden, kemudian usia 26 – 30 sebanyak 37 sama dengan 32,5% yang merupakan usia terbanyak dari total 114 responden, selanjutnya usia 31 – 35 adalah 25 sama dengan 21,9% dari total 114 responden, kemudian usia 36 – 40 sebesar 27 atau sama dengan 23,7% dari total 114 responden dan terakhir di usia >40 berjumlah 14 dengan tingkat persentase 12,3% dari total 114 responden. Berdasarkan pendidikan dari tingkat SMA berjumlah 3 orang atau sama dengan 2,6% dari total 114 responden, selanjutnya tingkat pendidikan SMK hanya berjumlah 1 orang saja, kemudian dari tingkat lulusan D3 yaitu berjumlah 16 orang atau sama dengan 14,0 % dari total 114 responden, dan yang terakhir tingkat pendidikan Sarjana adalah 94 orang atau sama dengan 82,5% merupakan responden terbanyak dari total 114 responden. Berdasarkan intensitas melakukan pelatihan yaitu: yang pernah melakukan 1 kali pelatihan berjumlah 12 orang atau sama dengan 10,5% dari total 114 responden, kemudian yang melakukan 2 kali pelatihan adalah 8 orang atau sama dengan 7,0% dari total 114 responden,

selanjutnya yang melakukan pelatihan 3 kali adalah 14 orang dengan tingkat persentase 12,3% yang merupakan jumlah terbanyak dari total 114 responden, dan terakhir yang melakukan pelatihan 4 kali sebanyak 8 orang dengan persentase 7,0% dari total 114 responden.

**Uji Kualitas Data
Hasil Uji Validitas**

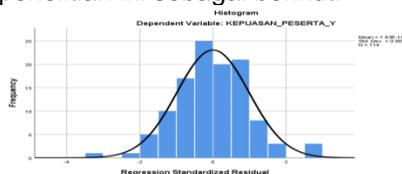
Pernyataan dikatakan jika karena hasil r_{hitung} yang didapatkan dari pengujian validitas lebih besar dari r_{tabel} . Semua pernyataan pada kuesioner di masing-masing variabel yang telah disebarkan dinyatakan sah atau valid dikarenakan hasil r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,184.

Hasil Uji Reliabilitas

Masing – masing variabel akan diterima jika tingkat reliabilitasnya atau *cronbach alpha* yang didapatkan dari data kuesioner >0,60. Hasil uji realibilitas variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan, fasilitas dan variabel kepuasan peserta pelatihan dinyatakan reliabel karena memiliki *cronbach alpha* > 0,6.

**Hasil Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas**

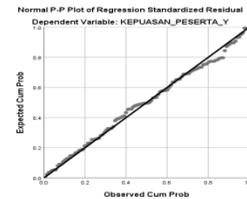
Uji normalitas untuk mengukur normal atau tidak datanya. Uji normalitas penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2. Uji Normalitas Garfik Histogram

(Sumber: Hasil olah data SPSS 25)

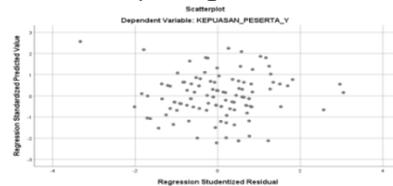
Dari hasil gambar 4.1 tersebut, bisa dilihat bahwa kurvanya yang dihasilkan yaitu bentuk lonceng (*bell-sahape curve*) yang menyatakan data tersebut normal. Pada uji normalitas dapat memakai diagram *P-plot regression standardized* dengan hasil dibawah ini:



Gambar 3. Uji Normalitas P-P Plot Regression

(Sumber: Olah data SPSS 25, 2020)

Uji normalitas dalam bentuk *Scatterplot* bisa dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4. Uji Normalitas Scatterplot

(Sumber: Hasil olah data SPSS 25)

Jika dilihat diagram scatterplot diatas adanya titik-titik menyebar secara acak dibawah sumbu Y sampai keatas dan tidak terdapat hetokedastisitas. Dapat dinyatakan data berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Kolmogrov – Smirnov

		Unstandardized Predicted Value 114
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	31.3070175
	Std. Deviation	2.81996446
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.057
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

(Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 , 2020)

Tabel diatas menjelaskan bahwa nilai dari hasil uji *Kolmogorov – Smirnov* dengan signifikansi $0,200 >$ dari $0,05$

nilai alpha, jadi dapat disimpulkan bahwa hasil uji normalitas termasuk dalam kategori normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	(Citra Perusahaan (X1)	.459	2.179
	Kualitas Pelayanan (X2)	.596	1.679
	Fasilitas (X3)	.420	2.381

(Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25)

Pada tabel diatas menunjukkan nilai VIF dari setiap variabel yaitu Variabel citra perusahaan (X1) $0,459 < 1$ dengan VIF 2,179 lebih besar dari 10. Variabel kualitas pelayanan (X2) $0,596 < 1$ dengan nilai VIF 1,679 lebih besar dari

10 dan Variabel fasilitas (X3) $0,420 < 1$ dengan nilai VIF 2,381 lebih besar dari 10. Jadi dapat disimpulkan pada variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan dan fasilitas tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2.181E-16	1.383		.000	1.000
	Citra Perusahaan (X1)	.000	.050	.000	.000	1.000
	Kualitas Pelayanan (X2)	.000	.041	.000	.000	1.000
	Fasilitas (X3)	.000	.049	.000	.000	1.000

Sumber: (Hasil Olah Data SPSS 25, 2020)

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai setiap variabel dari uji heterokedastisitas memiliki nilai signifikansi 1, dan signifikansi >1 dari

nilai alpha $0,05$, jadi dapat disimpulkan pada model regresi ini tidak terjadi heterokedaastisitas.

Hasil Uji Pengaruh

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.141	1.383		2.994	.003
	Citra Perusahaan (X1)	.207	.050	.257	4.098	.000
	Kualitas Pelayanan (X2)	.219	.041	.291	5.302	.000
	Fasilitas (X3)	.643	.049	.864	13.204	.000

(Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2020)

Pada tabel diatas menunjukkan persamaan linear berganda yaitu:

$$Y = 4,141 + 0,207X_1 + 0,219X_2 + 0,643X_3.$$

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.802	.797	1.420

(Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2020)

Hasil uji R nominalnya 0,896 dan total Adjusted R Square sebanyak 0,797 atau 79,7%. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu citra perusahaan (X1), kualitas pelayanan (X2) dan fasilitas (X3) secara serentak

berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan peserta pelatihan (Y) senilai 79,7% dan sisanya 20,3% yang dipengaruhi oleh variabel lain, namun bukan variabel pada penelitian ini.

Uji Hipotesis Ui T

Tabel 6. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
1	B	Beta		
(Constant)	4.141		2.994	.003
Citra Perusahaan (X1)	.207	.257	4.098	.000
Kualitas Pelayanan (X2)	.219	.291	5.302	.000
Fasilitas (X3)	.643	.864	13.204	.000

(Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2020)

Nilai t hitung pada variabel citra perusahaan (X1) yaitu 4,098 > 1,981 pada nilai t tabel dan signifikansi 0,000 < 0,05 nilai alpha, maka hipotesis pertama dinyatakan diterima, berarti citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam.

Nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan (X2) yaitu 5,302 > 1,981 pada nilai t tabel dan signifikansi 0,000 < 0,05 nilai alpha, maka hipotesis kedua dinyatakan diterima. Berarti

kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam.

Nilai t hitung pada variabel fasilitas (X3) yaitu 13,204 > 1,981 pada nilai t tabel dan signifikansi 0,000 < 0,05 nilai alpha, maka hipotesis ketiga dinyatakan diterima yaitu variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam.

Uji F

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji f)

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	898.599	3	299.533	148.648	.000 ^b
	Residual	221.656	110	2.015		
	Total	1120.254	113			

(Sumber: Olah Data SPSS 25, 2020)

Tabel diatas menjelaskan uji f dengan nilai f tabel sebesar $148,648 > 2,68$ nilai f tabel, dan $\text{sig} < \alpha$ dengan nilai $0,000 > 0,05$. Kemudian dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, maka variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam.

Pembahasan

H₁: Citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan peserta pelatihan

Hasil uji SPSS 25, dengan nilai yang dihasilkan pada tabel regresi sebesar 0,207. Hasil dari uji t pada penelitian ini bisa dilihat dari tabel 4.15. menjelaskan bahwa citra perusahaan (X_1) bernilai signifikan $0,000 < 0,05$ alpha dan nilai t hitung sebesar $4,098 > 1,981$ nilai t tabel. Dapat dinyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan peserta pelatihan, maka variabel citra perusahaan (X_1) disimpulkan sebagai penentu untuk meningkatkan kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam. Hasil tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lunarindiah, 2016) yang menghasilkan kesimpulan bahwa citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian oleh (Meilani, 2019) juga menghasilkan kesimpulan bahwa citra perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H₂: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan peserta pelatihan

Hasil uji SPSS 25, dengan nilai yang dihasilkan pada tabel regresi sebesar 0,219. Hasil dari uji t pada penelitian ini bisa dilihat dari tabel 4.15.

menjelaskan bahwa kualitas pelayanan (X_2) bernilai signifikan $0,000 < 0,05$ alpha dan nilai t hitung sebesar $5,302 > 1,981$ nilai t tabel. Dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial positif serta signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan, maka disimpulkan variabel kualitas pelayanan (X_2) sangat berperan penting dalam memicu kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam. Hasil tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adnyana & Suprpti, 2018) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Penelitian yang dilakukan oleh (Yuliana, 2017) juga menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan penumpang.

H₃: Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan peserta pelatihan

Hasil uji SPSS 25, dengan nilai yang dihasilkan pada tabel regresi sebesar 0,643. Hasil dari uji t pada penelitian ini bisa dilihat dari tabel 4.15. menjelaskan bahwa fasilitas (X_3) bernilai signifikan $0,000 < 0,05$ alpha dan nilai t hitung sebesar $13,204 > 1,981$ nilai t tabel. Dapat dinyatakan bahwa fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan peserta pelatihan, maka disimpulkan variabel fasilitas (X_3) menjadi perhatian tersendiri dalam menarik kepuasan peserta di IKBAL-M-YOS. Hasil tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Irfan, 2019) yaitu menghasilkan kesimpulan bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh (Rutjuhan & Ismunandar, 2020) tetapi hasilnya tidak sejalan dengan penelitian ini karena

menghasilkan kesimpulan bahwa secara parsial fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H₄: Citra perusahaan, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan peserta pelatihan

Hasil uji f, nilai f hitung yang dihasilkan lebih besar dari f tabel, yaitu sebesar 148,648 > 2,68 nilai f tabel, dan sig < alpha dengan nilai 0,000 > 0,05. Pada uji determinasi nilai R square sebesar 0,802 > 0,05 positif atau sama dengan 80,2%. Sesuai dengan hasil bandinganya maka variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam.

Citra perusahaan mengajak para peserta sehingga menimbulkan kepuasan peserta dalam melakukan pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam, kemudian kualitas pelayanan yang baik mampu mempertahankan kepuasan peserta dalam melakukan pelatihan dan fasilitas juga menjadi pemicu akan kepuasan peserta dalam melakukan pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam. Hal ini sesuai dengan penelitian dilakukan oleh (Prayoga, 2019) yang menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh simultan secara positif dan signifikan terhadap kepuasan layanan BPJS Ketenagakerjaan. Penelitian yang dilakukan (Maryati & Husda, 2020) dengan hasil penelitian bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersamaan dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Holiday Hotel di kota Batam.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka kesimpulan dalam penelitian ini dapat dijelaskan meliputi:

1. Citra perusahaan mempunyai pengaruh secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam.

2. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam.
3. Fasilitas mempunyai pengaruh secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam.
4. Citra perusahaan, kualitas pelayanan dan fasilitas mempunyai pengaruh secara simultan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan di Yayasan Pendidikan IKBAL-M-YOS Batam

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, D. G. A., & Suprpti, N. W. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 6044. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i11.p9>
- Adriani, V., & Realize. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di Kota Batam. *Jurnal Pundi*, 2(2), 169–180. <https://doi.org/10.31575/jp.v2i2.78>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran : Dasar dan Konsep*. Qiara Media.
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82. <https://doi.org/10.32507/ajei.v9i2.451>
- Lesmana, R., & Yustriani. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pt. Garuda Indonesia Tbk. (Persero). *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, 1(1).
- Listyawati, I. H. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas

- Wisatawan. *Jurnal Manajemen Administrasi*, VI(2), 35–44. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/78>
- Lunarindiah, G. (2016). The Influence Of Corporate Image, Service Quality, Perceived Value Toward Student Satisfaction And Student Loyalty. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(2), 239–252. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v9i2.1460> ISSN
- Maryati, F., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel Di Kota Batam. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 19–26. <https://doi.org/10.35829/magisma.v1i1.65>
- Meilani, L. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah The Effect Of Service Quality And Corporate Image To Customer Satisfaction*. 2(2), 143–152.
- Nasib. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Kolam Renang Bengawan Solo Pangkalan Brandan). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 30–44. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1096>
- Prayoga, D. W. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Layanan BPJS Ketenagakerjaan Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2). <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(2), 1–7. <https://doi.org/10.31311/JECO.V2I2.4503>
- Rutjuhan, A., & Ismunandar, I. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Mahfoed Life Gym. *Pamator Journal*, 13(1), 105–109. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.7015>
- Syaifullah, S., & Mira, M. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Pegadaian (Persero) Batam. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 86. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.682>
- Yuliana, D. (2017). Pengaruh Fasilitas, Layanan Dan Informasi Aksesibilitas Terhadap Tingkat Kepuasan Penumpang Di Bandara Husein Sastranegara Bandung The Influence of Facility, Service and Accessibility Information on Passenger Satisfaction Level at Husein Sastranegara Airp. *Jurnal Perhubungan Udara*, 43(1), 27–42.