

# PENGARUH PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP CITRA PERUSAHAAN INDOMARET DI KOTA BATAM

Ana Reza<sup>1</sup>, Angel Purwanti<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

email: [pb171110021@upbatam.ac.id](mailto:pb171110021@upbatam.ac.id), [Angel.Purwanti@puterabatam.ac.id](mailto:Angel.Purwanti@puterabatam.ac.id)

## ABSTRACT

*Research objectives: To determine the quality of employee service related to the image of the company Indomaret, and to determine the quality of employee service affects the image of the company. This research method uses a quantitative approach. By spreading 345 respondents with random sampling method. Distribution of questionnaires conducted to consumers who have experienced the services provided by employees. The analysis in this study used the validity test, reliability test, normality test, correlation test, regression test using SPSS. The benefit of this research is that it can provide information about the quality of employee service to the company's image, and can be used as a reference to complement future researchers. The results of the research on the quality of employee service have an effect on company image.*

**Keywords: Company Image, Service Quality, Indomaret**

## PENDAHULUAN

Sejumlah pandangan atau anggapan terhadap sebuah lembaga usaha yang didirikan oleh perseorangan maupun kelompok yang digunakan sebagai aset dalam meningkatkan kualitas suatu perusahaan sering disebut sebagai citra perusahaan (Nova, 2011:301). Citra merupakan sesuatu hal yang menjadi dasar berdirinya suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya, agar usaha tersebut yang didirikan dapat berkembang di masa yang akan datang. Citra yang baik atau suatu citra yang memberikan dampak positif memberikan dorongan yang kuat dalam meningkatkan persaingan dari kualitas suatu perusahaan, agar perusahaan tersebut mampu bersaing secara publik. Citra yang positif akan memberikan pengaruh yang baik terhadap produk yang akan diedarkan pada konsumen akhir yang didistribusikan melalui distributor. Konsumen selalu memilih produk yang memiliki citra positif di mata konsumen luas. Citra tersebut akan memberikan daya tarik kepada konsumen maupun pelanggan atas produk yang telah dipasarkan/diedarkan. Citra yang buruk akan memberikan ketidakpedulian konsumen pada produk tersebut, karena konsumen akan beralih pada produk lain yang memiliki citra yang baik. Konsumen akan beralih kepada perusahaan pesaing yang memiliki produk lebih unggul atau berkualitas tinggi yang dijual sesuai dengan harga yang ditawarkan. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh para ahli ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi dan kehumasan menyatakan bahwa banyak yang dapat mempengaruhi terciptanya suatu citra perusahaan salah satunya yaitu kualitas pelayanan (Hoq, Sultana, & Amin, 2010).

Salah satunya banyak perusahaan di Indonesia yang mengedepankan kualitas pelayanan yang baik untuk mempertahankan citra perusahaan yang bertujuan agar pelanggan puas dan membentuk citra yang positif. Perusahaan tersebut seperti perusahaan Alfaria Trijaya, Carrefour, Hypermart dan lain sebagainya. Peningkatan citra perusahaan pada konsumen sangat diperlukan suatu strategis yang khusus yang dapat menghadapi para pesaing pada saat ini maupun pada masa yang akan datang, maka sangat diperlukan adanya hubungan pemasaran atau sering disebut sebagai komunikasi pemasaran. Saat ini hubungan dalam pemasaran tidak hanya terjadi pada produk yang dihasilkan saja, melainkan ada hal lain yang terjadi seperti harga pasar, saham, obligasi, kualitas karyawan serta alat produksi yang canggih. Perusahaan-perusahaan pada saat ini telah terpusat pada salah satu pokok permasalahan seperti kualitas pelayanan, karena pelayanan yang baik akan memberikan kesan yang baik bagi para konsumen, hal tersebut akan memberikan suatu kesan atau daya tarik konsumen untuk mempertahankan konsumsinya terhadap produk perusahaan yang bersangkutan (Rusdarti, 2014).

Citra Indomaret di Indonesia pada saat ini sudah baik. Hal tersebut disebabkan karena Indomaret telah mendapat pengakuan baik dari masyarakat maupun pemerintah. Pengakuan terhadap Indomaret terbukti dari adanya penghargaan seperti Piala Waralaba tahun 2003. Presiden Megawati Soekarnoputri memberikan penghargaan tersebut atas

kinerja perusahaan Indomaret pada tahun 2003. Selain penghargaan tersebut perusahaan juga mendapatkan penghargaan lainnya seperti Franchise terbaik ASEAN tahun 2009, masuk dalam kategori 20 perusahaan yang memiliki brands original terbaik di Indonesia, masuk dalam kategori brands original Indonesia tahun 2012, masuk ke dalam merek asli Indonesia tahun 2012, masuk dalam kategori *Franchise Top of Minds* survei kesadaran merek waralaba tahun 2013, Penghargaan atas award media sosial tahun 2013, kategori merek anak muda terfavorit tahun 2014, penghargaan atas pengalaman layanan yang luar biasa tahun 2014, kategori merek luar biasa tahun 2014, waralaba dan peluang bisnis yang baik, *Pioneer Brand Indonesia*, pemimpin pasar tahun 2014, peluang bisnis yang tumbuh cepat tahun 2014, penghargaan atas kepuasan pelanggan tahun 2012, Indomaret juga ditunjuk sebagai perusahaan retail yang mendapatkan Piala Dunia FIFA 2010, Piala *Waralaba* tahun 2016 yang diberikan oleh presiden Jokowi.

Batam menjadi salah satu kota yang memiliki banyak usaha ritel. Salah satu perusahaan retail yang berkembang cukup pesat di daerah Batam yaitu perusahaan Indomaret. Perkembangan Indomaret diiringi dengan berbagai fasilitas yang baik yang dapat menunjang citra perusahaan di benak konsumen. Usaha ritel pada dasarnya didukung dengan produk sehari-hari yang berkualitas sebagai strategi atas keberhasilan perusahaan dalam memikat daya beli konsumen dengan memberikan harga produk yang terjangkau. Sehingga produk yang di pasarkan oleh perusahaan dapat dinikmati oleh seluruh kalangan masyarakat.

Keberadaan perusahaan tersebut semakin terasa pengaruhnya bagi pedagang kaki lima. Apalagi setelah ditetapkannya Keppres No 96/1998 tentang Bidang Usaha yang tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan syarat tertentu untuk para penanam modal. Ketentuan tersebut justru mengundang pada retailer asing untuk berinvestasi ke Indonesia yang menyebabkan semakin sulitnya para pedagang kaki lima dalam melakukan persaingan apalagi untuk pasar tradisional.

Citra perusahaan Indomaret yang berada di kota Batam dinilai sangat baik oleh kalangan masyarakat umum. Hal ini disebabkan karena Indomaret telah memberikan fasilitas yang nyaman bagi para pembeli. Fasilitas-fasilitas tersebut antara lain ketersediaan tempat parkir, ruangan yang dingin, produk-produk yang di jual berkualitas dan terjangkau oleh masyarakat umum, pelayanan dari pegawai yang ramah serta adanya promo atau diskon yang diberikan. Tetapi citra perusahaan Indomaret di Batam bagi kalangan pedagang dinilai kurang baik. Para pedagang kaki lima merasa bahwa dengan adanya perusahaan tersebut usaha-usaha yang mereka jalankan mengalami penurunan laba karena adanya penurunan pengunjung.

Para pembeli pada dasarnya selalu membandingkan berbagai produk yang sejenis untuk menentukan keputusan pembelian. Tidak hanya itu, pembeli juga membandingkan dari segi fasilitas, pelayanan, kenyamanan dan keamanan dalam berbelanja. Indomaret terus mempertahankan citra mereka dengan upaya mulai dari meningkatkan kualitas pelayanan untuk

memperbaiki citra hingga sampai saat ini indomaret mempunyai cita-citra yang baik di mata masyarakat.



**Gambar 1.** Indomaret Batam santuni panti asuhan anak yatim  
Sumber :Warta Kepri

Tujuh Kosa Kata Pelayanan di Indomaret Kota Batam  
Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan karyawan terhadap citra perusahaan indomaret di Kota Batam.

## KAJIAN TEORI

### 2.1 Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan memiliki tiga makna, yaitu perihal atau cara melayani, usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan uang dan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Pengertian pelayanan (*service*) menurut *American Marketing Association*, seperti yang dikutip oleh Donald dalam Hardiyansyah (2011:10) bahwa pelayanan pada dasarnya adalah merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produksi fisik. Sedangkan menurut Lovelock dalam Hardiyansyah (2011:10) berpendapat bahwa: *service* adalah produk yang tidak berwujud, berlangsung sebentar dan dirasakan atau dialami." Artinya *service* merupakan produk yang tidak ada wujud atau bentuknya sehingga tidak ada bentuk yang dapat dimiliki, dan berlangsung sesaat atau tidak tahan lama, tetapi dialami dan dapat dirasakan oleh penerima layanan".

Poerwadarminta dalam Hardiyansyah (2011:10-11) berpendapat bahwa: "secara etimologis pelayanan berasal dari kata layan yang berarti membantu menyiapkan atau mengurus apa-apa yang diperlukan seseorang, kemudian pelayanan dapat diartikan sebagai: Perihal atau cara melayani; Servis atau jasa; Sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Dari uraian tersebut, maka pelayanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lain".

Ivancevich dkk dalam Ratminto dan Winarsih (2005:2) mendefinisikan pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan. Sedangkan definisi yang lebih rinci diberikan oleh Gronroos dalam Ratminto dan Winarsih (2005:2) yaitu: "pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal lain-lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan". Pelayanan pada dasarnya sangat dibutuhkan oleh manusia, bahkan secara rasional pelayanan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia itu sendiri (Purwanti, 2018).

Secara umum adalah lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat memenuhi harapan konsumen (Yamit,2012:22). Dimensi Kualitas Pelayanan adalah untuk menilai atau mengukur kualitas pelayanan perlu memahami mengenai dimensi kualitas pelayanan.

Ada lima jenis dimensi dalam kualitas pelayanan atau servis menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:182), yakni sebagai berikut:

#### 1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Suatu bentuk kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya terhadap pelanggan atau pihak eksternal. Bukti nyata dari pelayanan yang diberikan

oleh pemberi jasa adalah penampilan dan kemampuan sarana ataupun prasarana yang dimiliki oleh perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini perusahaan harus mampu secara nyata menunjukkan kelebihan mereka seperti fasilitas gedung perkantoran, layout ruangan, penampilan pegawainya dan penunjang lainnya.

#### 2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini dapat meliputi ketepatan melayani, tidak ceroboh, dan akurat. Kinerja yang diberikan oleh pemberi jasa harus sesuai dengan harapan pelanggan yang telah disepakati bersama, misalnya dalam memenuhi janji konsumen.

#### 3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Misalnya menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen dan tidak membiarkannya menunggu sesuatu tanpa memberikan alasan yang jelas karena hal tersebut akan menimbulkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima.

#### 4. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan yang tinggi dan tidak ragu-ragu terhadap perusahaan tersebut.

#### 5. Empati (*Empathy*)

Kemampuan perusahaan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan dengan harapan dapat mengetahui segala keinginan dan kebutuhan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

### 2.2 Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah sejumlah persepsi terhadap sebuah organisasi. (Nova,2011:301). Citra perusahaan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan, persepsi masyarakat terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui atau kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan menurut Mark Graham, citra perusahaan merupakan keseluruhan mengenai perusahaan yang ada dalam benak konsumen. Citra perusahaan yang baik dari suatu organisasi merupakan sangat penting karena citra mempunyai suatu dampak terhadap persepsi konsumen dan operasi organisasi dalam berbagai hal. (Nova,2011:301-302). Menurut Nguyen, Nha dan Gaston Leblanc (Hidayat.2010:97). Terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi citra perusahaan pada perusahaan jasa, yaitu:

#### 1. Identitas Perusahaan (*Corporate Identity*)

Identitas perusahaan adalah apa yang senyatanya yang ditampilkan oleh perusahaan. Identitas merupakan pernyataan singkat perusahaan kepada masyarakat tentang apa dan siapa mereka itu. Identitas perusahaan dapat membedakan perusahaan yang satu dengan yang lain.

#### 2. Reputasi (*Reputation*)

Reputasi adalah hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja transaksi sebuah bank.

#### 3. Pelayanan (*Service offering*)

Pada saat perusahaan menentukan pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen, perusahaan tersebut harus memastikan bahwa pelayanan yang diberikan tepat pada waktunya sehingga pelanggan tidak menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan tersebut. Waktu tunggu yang lama dapat menimbulkan efek yang negatif pada citra perusahaan terutama pada situasi dimana penyedia jasa mempunyai kontrol atas waktu tunggu, seperti di institusi keuangan.

#### 4. Lingkungan Fisik (*Physical Environment*)

Lingkungan fisik adalah pelayanan dihasilkan dan dikonsumsi sangatlah mempengaruhi persepsi konsumen terhadap citra perusahaan .

#### 5. Karyawan (*Contact Personnel*)

Performa karyawan dan interaksi karyawan, melalui sikap mereka yang berlangsung pada saat pelayanan

diberikan mempengaruhi hasil dari evaluasi pelayanan dan interaksi karyawan menjadi salah satu hal penting dalam citra perusahaan.

Menurut Harrison (1995:71) dalam Ziko Pasaribu dan Diah Agung E. (2015) indikator citra perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. *Personality* (kepribadian dari perusahaan )  
Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.
2. *Reputation* ( reputasi yang dimiliki perusahaan)  
Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran maupun pihak lain.
3. *Kredibilitas* ( kualitas yang ada di perusahaan)  
Kredibilitas adalah kepercayaan terhadap maksud/tujuan suatu perusahaan dalam kurun waktu tertentu, apakah perusahaan dapat dipercaya untuk melakukan apa yang sedang direncanakan oleh perusahaan. Ketidakpastian perusahaan-perusahaan lain untuk mempercayai tanda-tanda yang ditunjukkan oleh perusahaan tersebut.
4. *Reliabilitas* ( potensi atau keandalan yang dimiliki perusahaan)  
Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
5. *Trustworthines* (kepercayaan yang layak yang dimiliki perusahaan)  
Mengacu pada sejauh mana sumber dipandang memiliki kejujuran, ketulusan, dan dapat dipercaya. Sumber dapat dipercaya (*trustworthiness*) secara sederhana berarti *endorser* sebuah merek secara bertingkat membuat *audience* memiliki kepercayaan pada apa yang mereka katakan.
6. *Responsibility* ( kemampuan perusahaan bertanggung jawab)  
Perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial.
7. *Value* ( nilai lebih yang dimiliki perusahaan yang menjadi)  
Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
8. *Corporate identity* ( identitas perusahaan bagi konsumen)  
Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.

### 2.3 Pelayanan Karyawan

Layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. produksi layanan bisa berhubungan dengan prosuk fisik maupun tidak (Simamora 2001:172). Pelayanan di berikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisai untuk memberiakan keputusan kepada pelanggan. Tindakan tersebut di lakukan secara langsung melalui pelayaaan. faktor utama dari pelayaan adalah kesiapan sumber dana manusi dalam melayani daya manusia perlu di persiapkn secara matang sebelumnya hingggs mampu memberiakan pealyamam yang optimal kepada calon pelangganya. (Simamora 2001:172).

## METODE PENELITIAN

Riset ini menggambarkan tentang pengaruh pelayaan karyawan terhadap citra perusahaan Indomaret di Kota Batam. Tata cara riset yang digunakan dalam riset ini ialah metode penelitian kuantitatif dengan memanfaatkan metode deskriptif. Riset ini bertujuan buat menimbulkan kenyataan, kondisi, variabel serta fenomena yang terjalin dikala ini serta buat mempresentasikan informasi apa adanya. Tata cara deskripsi ialah tata cara mengontrol status kelompok manusia, objek, serangkaian keadaan, sistem pemikiran, ataupun kejadian sesuatu kelas di masa saat ini. Pengumpulan informasi buat menunjang riset ini menggunakan kuesioner, ialah dengan pengumpulan informasi dicoba dengan metode menyebarkan daftar permasalahan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat kebenaran sebuah alat ukur dalam penelitian. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah korelasi *pearson*. Jumlah data yang diuji validitasnya b5erjumlah 345, maka  $r$  tabel yang diperoleh sebesar 0,115 yaitu dengan rumus  $r_{hitung} = n - 2 = 345 - 2 = 343$  dengan tingkat signifikan 5%. Uji validitas menggunakan bantuan program IBM SPSS versi 23.

#### 1. Uji Validitas Variabel Pelayanan

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

No	Pernyataan	$r_{Hitung}$	$r_{Tabel}$	Keterangan
1	P1	0,352	0,115	Valid
2	P2	0,313	0,115	Valid
3	P3	0,425	0,115	Valid
4	P4	0,269	0,115	Valid
5	P5	0,335	0,115	Valid
6	P6	0,374	0,115	Valid
7	P7	0,434	0,115	Valid
8	P8	0,449	0,115	Valid
9	P9	0,327	0,115	Valid
10	P10	0,341	0,115	Valid
11	P11	0,257	0,115	Valid
12	P12	0,227	0,115	Valid
13	P13	0,231	0,115	Valid
14	P14	0,344	0,115	Valid
15	P15	0,224	0,115	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS versi 23 (2020)

Berdasarkan tabel 1. terlihat bahwa 15 pernyataan yang terdapat pada variabel pelayanan memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yang telah ditentukan. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan yang terdapat pada variabel pelayanan valid karena memilikinilai  $r_{hitung}$  yang melebihi nilai  $r_{tabel}$ .

#### 2. Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan

No	Pernyataan	$r_{Hitung}$	$r_{Tabel}$	Keterangan
1	P1	0,456	0,115	Valid
2	P2	0,510	0,115	Valid
3	P3	0,576	0,115	Valid
4	P4	0,529	0,115	Valid
5	P5	0,370	0,115	Valid
6	P6	0,398	0,115	Valid
7	P7	0,335	0,115	Valid
8	P8	0,414	0,115	Valid
9	P9	0,370	0,115	Valid
10	P10	0,344	0,115	Valid
11	P11	0,407	0,115	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS versi 23 (2020)

Berdasarkan tabel 2. terlihat bahwa 11 pernyataan yang terdapat pada variabel citra perusahaan memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yang ditentukan. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan yang terdapat pada variabel citra perusahaan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

### 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kondisi reliabilitas suatu ala tukur dalam sebuah penelitian. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program IBM SPSS versi 23.

#### 1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan

**Tabel 3.** Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,638	16

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS versi 23 (2020)

Berdasarkan tabel 3. terlihat bahwa variabel pelayanan memiliki hasil reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,638 yang reliable karena hasilnya di atas angka 0,60.

2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan

**Tabel 4.** Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,684	12

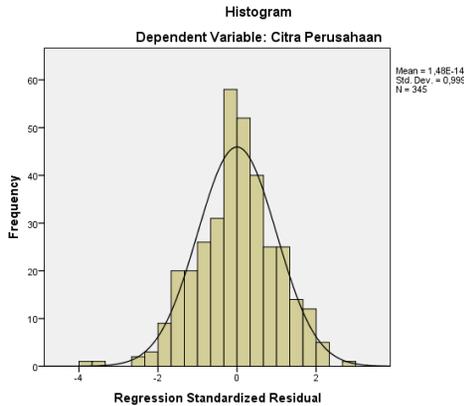
Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS versi 23 (2020)

Berdasarkan tabel 4. terlihat bahwa variabel citra perusahaan memiliki hasil reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,684 yang reliabel karena hasilnya di atas angka 0,60.

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Hasil Uji Normalitas Data

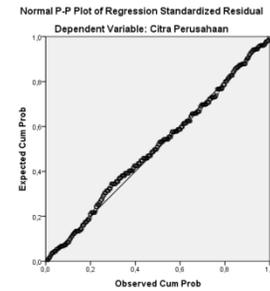
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian yang dilakukan memiliki persebaran data yang terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan melakukan pengujian histogram *regression residual* dan grafik *normal probability plots*.



**Gambar 2.** Grafik Histogram

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS versi 23 (2020)

Berdasarkan gambar 2. menunjukkan bahwa kurva yang dihasilkan memenuhi asumsi uji normalitas karena kurva pada gambar 2. berbentuk lonceng (*bell-shaped curve*). Dari penjelasan terlihat bahwa data berdistribusi normal.



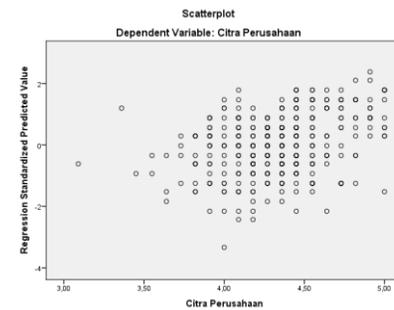
**Gambar 3.** Grafik Normal Probability Plot

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS versi 23 (2020)

Berdasarkan gambar 3. menunjukkan bahwa titik-titik hitam mengikuti garis diagonal, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi yang ada memenuhi asumsi normalitas. Dapat disimpulkan bahwa data yang ada sudah terdistribusi secara normal.

4.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berfungsi untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dalam residual. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *scatterplot*. Berikut hasil *scatterplot* dengan menggunakan IBM SPSS Versi 23:



**Gambar 4.** Uji Heteroskedastisitas dengan *scatterplot*

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS versi 23 (2020)

Berdasarkan gambar 4. terlihat bahwa tidak terdapat permasalahan heteroskedastisitas pada model regresi karena model tidak membentuk sebuah pola yang jelas dan titik-titik yang ada menyebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.

4.3.3 Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh linier atau tidak. Adapun hasil uji linearitas sebagai berikut:

**Tabel 5.** Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Citra Perusahaan * Pelayanan	Between (Combined) Groups	5,968	17	,351	3,861	,000
	Linearity	4,041	1	4,041	44,452	,000
	Deviation from Linearity	1,927	16	,120	1,324	,180
Within Groups		29,730	327	,091		
Total		35,698	344			

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS versi 23 (2020)

Berdasarkan Tabel 5. di atas diketahui bahwa hasil uji linieritas variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan dengan menggunakan sampel penelitian sebanyak 345 masyarakat Indomaret Tanjung Uncang diperoleh hasil signifikan sebesar 0,180, hal ini menunjukkan bahwa signifikan pembelajaran kualitas pelayanan dan citra perusahaan  $0,180 > \alpha$

$= 0,05$ . Artinya hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan adalah linier.

4.4 Hasil Uji Hipotesis

4.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

**Tabel 6.** Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,164	,328		6,603	,000
	Pelayanan	,492	,074	,336	6,617	,000

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS versi 23 (2020)

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana di atas dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi yang ada adalah:

$$Y = a + bX \quad (Y = 2,164 + 0,492X)$$

Yang menunjukkan bahwa:

1. Nilai konstanta 2,164 menunjukkan bahwa jika tidak terdapat pengaruh dari variabel independen (pelayanan) maka nilai dari variabel citra perusahaan adalah sebesar 2,164.

2. Variabel pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan, hal ini terlihat dari nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

#### 4.4.2 Hasil Uji t

Nilai  $t_{hitung}$  akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yang akan menentukan taraf berikut:

1. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Tabel 7.** Hasil Uji t

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,164	,328		6,603	,000
	Pelayanan	,492	,074	,336	6,617	,000

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS versi 23 (2020)

Dari hasil uji regresi tersebut di dapatkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  serta hasil  $t_{hitung}$  sebesar 6,617  $> t_{tabel}$  untuk 345 responden, yaitu 1,968 di mana nilai tersebut diperoleh dari  $df = n - k = 345 - 2 = 343$  dengan tingkat kesalahan 5%. Sehingga didapatkan sebuah kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan pelayanan terhadap citra perusahaan.

#### 4.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Nilai koefisien determinasi bergerak dari angka 0 hingga menuju ke 1. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menerangkan variasi dalam nilai variabel dependen. Semakin angka mendekati 1, maka semakin baik modelnya.

**Tabel 8.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,336 <sup>a</sup>	,113	,111	,30380

a. Predictors: (Constant), Pelayanan

b. Dependent Variable: Citra Perusahaan

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS versi 23 (2020)

Tabel 8. menunjukkan bahwa  $R = 0,336$  berarti hubungan pelayanan dan citra perusahaan sebesar 33,6%. Sedangkan  $R$  Square menunjukkan nilai 0,113, yang menunjukkan bahwa kontribusi yang diberikan oleh variabel pelayanan sebesar 11,3%, sedangkan 88,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

#### 4.5 Pembahasan

##### 4.5.1 Pelayanan yang terjadi di Indomaret Tanjung Uncang Batam

Pelayanan pada dasarnya adalah merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produksi fisik (Hardiyansyah, 2011:10). Berdasarkan hasil penelitian melalui kuesioner yang telah disebarakan kepada para pelanggan Indomaret Tanjung Uncang Batam, ditemukan bahwa pelayanan yang terjadi di Indomaret Tanjung Uncang Batam adalah sebagai berikut:

**Tabel 9.** Hasil Jawaban Responden Variabel Pelayanan

Variabel X	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
Bukti Fisik										
P1	0	0,0	15	4,3	17	4,9	131	38,6	180	52,2
P2	0	0,0	11	3,2	22	6,4	153	44,3	139	46,1
P3	0	0,0	12	3,5	15	4,3	118	34,2	200	58,0
Keandalan										
P4	0	0,0	8	2,3	14	4,1	138	40,0	185	53,6
P5	0	0,0	7	2,0	17	4,9	140	40,6	181	52,5
P6	0	0,0	14	4,1	12	3,5	171	49,6	148	42,9
Daya Tanggap										
P7	3	0,9	21	6,1	27	7,8	135	39,1	159	46,1
P8	0	0,0	25	7,2	23	6,7	148	42,4	149	43,2
P9	0	0,0	5	1,4	7	2,0	173	50,1	160	46,9
Jaminan										
P10	0	0,0	0	0,0	0	0,0	226	65,5	119	34,5
P11	0	0,0	0	0,0	0	0,0	183	53,0	162	47,0
P12	0	0,0	1	0,3	7	2,0	163	47,2	174	50,4
Empati										
P13	0	0,0	0	0,0	4	1,2	153	44,3	188	54,5
P14	0	0,0	0	0,0	3	0,9	173	50,1	169	49,0
P15	0	0,0	0	0,0	2	0,6	159	46,1	184	53,3

Sumber: Hasil Olah Data Pribadi (2020)

Tabel 9. menunjukkan bahwa hasil olah data pada pernyataan 1 hingga 15, responden yang menjadi sampel penelitian ini pada umumnya memilih jawaban sangat setuju (5).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada para pelanggan Indomaret Tanjung Uncang Batam, dapat diketahui bahwa pelayanan pada aspek bukti fisik. Bukti fisik merupakan suatu bentuk kemampuan perusahaan dalam menunjukkan

eksistensinya terhadap pelanggan atau pihak eksternal Lupiyoadi dan Hamdani (2011:182). Jawaban yang paling sering terjadi adalah bagian penampilan pegawai rapi dalam melayani konsumen. Dengan total jawaban 200 orang atau sebesar 58,0% yang memilih jawaban sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa penampilan pegawai rapi dalam melayani konsumen.

Pada aspek keandalan jawaban yang paling sering muncul adalah Indomaret memberikan pelayanan sesuai janji. Keandalan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya sesuai dengan yang dijanjikan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011:182). Dengan total jawaban 185 orang atau sebesar 53,6% yang memilih jawaban sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indomaret Tanjung Uncang Batam memberikan pelayanan sesuai janji.

Pada aspek daya tanggap jawaban yang paling sering muncul adalah pegawai Indomaret sigap dalam menerima keluhan konsumen. Daya tanggap merupakan kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011:182). Dengan total jawaban sebanyak 160 orang atau sebesar 46,9% yang memilih jawaban sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa pegawai Indomaret Tanjung Uncang Batam siap dan tanggap untuk menangani respon permintaan dari para konsumen.

Pada aspek jaminan jawaban yang paling sering muncul adalah Karyawan Indomaret memiliki sopan santun dalam melayani pelanggan. Jaminan yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan yang tinggi dan tidak

ragu-ragu terhadap perusahaan tersebut (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011:182). Dengan total jawaban sebanyak 162 orang atau sebesar 47,0% yang memilih jawaban sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa karyawan Indomaret Tanjung Uncang Batam memiliki sopan santun dalam melayani pelanggan.

Pada aspek empati jawaban yang paling sering muncul adalah pegawai Indomaret melayani dengan sikap ramah. Empati yaitu kemampuan perusahaan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan dengan harapan dapat mengetahui segala keinginan dan kebutuhan konsumen (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011:182). Dengan total jawaban sebanyak 188 orang atau sebesar 54,5% yang memilih jawaban sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa pegawai Indomaret Tanjung Uncang Batam melayani dengan sikap ramah terhadap pelanggan.

#### 4.5.2 Citra Perusahaan Indomaret Tanjung Uncang Batam

Citra perusahaan adalah sejumlah persepsi terhadap sebuah organisasi. (Nova,2011:301). Berdasarkan hasil penelitian melalui kuesioner yang telah disebar kepada para pelanggan Indomaret Tanjung Uncang Batam, ditemukan bahwa citra perusahaan Indomaret Tanjung Uncang Batam adalah sebagai berikut:

**Tabel 10.** Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Perusahaan

Variabel Y	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
<i>Personality</i>										
P1	0	0,0	5	1,4	16	4,6	149	43,2	175	50,7
<i>Reputation</i>										
P2	1	0,3	9	2,6	30	8,7	142	41,2	163	47,2
P3	2	0,6	26	7,5	21	6,1	130	37,7	166	48,1
<i>Kredibilitas</i>										
P4	2	0,6	23	6,7	29	8,4	148	42,9	143	41,4
P5	0	0,0	1	0,3	24	7,0	167	48,4	153	44,4
<i>Reliabilitas</i>										
P6	0	0,0	2	0,6	22	6,4	150	43,5	171	49,6
P7	0	0,0	5	1,4	23	6,7	143	41,4	174	50,4
<i>Trustworthines</i>										
P8	0	0,0	15	4,3	19	5,5	146	42,3	165	47,8
<i>Responsibility</i>										
P9	1	0,3	20	5,8	17	4,9	138	40,0	169	49,0
<i>Indikator Value</i>										
P10	0	0,0	13	3,8	21	6,1	163	47,2	148	42,9
<i>Corporate Identity</i>										
P11	0	0,0	3	0,9	23	6,7	183	53,0	136	39,4

Sumber: Hasil Olah Data Pribadi (2020)

Tabel 10. menunjukkan bahwa hasil olah data pada pernyataan 1 hingga 11, responden yang menjadi sampel penelitian ini pada umumnya memilih jawaban sangat setuju (5).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada para pelanggan Indomaret Tanjung Uncang Batam, dapat diketahui bahwa citra perusahaan tentang Indomaret memiliki reputasi yang baik. Citra perusahaan adalah sejumlah persepsi terhadap sebuah organisasi. (Nova,2011:301). Menurut Nguyen, Nha dan Gaston Leblanc (Hidayat.2010:97) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi citra perusahaan pada perusahaan jasa, yaitu identitas perusahaan, reputasi,

pelayanan, lingkungan fisik dan karyawan. Jawaban yang paling sering muncul adalah Perusahaan Indomaret memiliki potensi untuk bersaing dengan perusahaan ritel lainnya. Dengan total jawaban 174 orang atau sebesar 50,4% yang memilih jawaban sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan Indomaret memiliki potensi untuk bersaing dengan perusahaan ritel lainnya.

#### 4.5.2 Pengaruh Pelayanan terhadap Citra Perusahaan Indomaret Tanjung Uncang, Batam

**Tabel 11.** Hasil Jawaban Responden Variabel Pelayanan

Variabel X	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
<i>Bukti Fisik</i>										
P1	0	0,0	15	4,3	17	4,9	131	38,6	180	52,2
P2	0	0,0	11	3,2	22	6,4	153	44,3	139	46,1
P3	0	0,0	12	3,5	15	4,3	118	34,2	200	58,0
<i>Keandalan</i>										
P4	0	0,0	8	2,3	14	4,1	138	40,0	185	53,6
P5	0	0,0	7	2,0	17	4,9	140	40,6	181	52,5
P6	0	0,0	14	4,1	12	3,5	171	49,6	148	42,9
<i>Daya Tanggap</i>										
P7	3	0,9	21	6,1	27	7,8	135	39,1	159	46,1
P8	0	0,0	25	7,2	23	6,7	148	42,4	149	43,2
P9	0	0,0	5	1,4	7	2,0	173	50,1	160	46,9
<i>Jaminan</i>										
P10	0	0,0	0	0,0	0	0,0	226	65,5	119	34,5
P11	0	0,0	0	0,0	0	0,0	183	53,0	162	47,0
P12	0	0,0	1	0,3	7	2,0	163	47,2	174	50,4

Empati											
P13	0	0,0	0	0,0	4	1,2	153	44,3	188	54,5	
P14	0	0,0	0	0,0	3	0,9	173	50,1	169	49,0	
P15	0	0,0	0	0,0	2	0,6	159	46,1	184	53,3	

Sumber: Hasil Olah Data Pribadi (2020)

Berdasarkan tabel 11. menunjukkan bahwa dari 15 pernyataan yang terdapat pada variabel pelayanan, pernyataan yang paling dominan terdapat pada aspek bukti fisik. Bukti fisik merupakan suatu bentuk kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya terhadap pelanggan atau pihak eksternal Lupiyoadi dan Hamdani (2011:182). Pada pernyataan penampilan pegawai rapi dalam melayani konsumen dengan

jumlah 200 orang atau sebesar 58,0% pelanggan Indomaret Tanjung Uncang, Batam yang merasa bahwa penampilan pegawai rapi dalam melayani konsumen. Artinya, pelayanan yang diberikan oleh Indomaret Tanjung Uncang, Batam kepada pelanggan sangat mengutamakan bukti fisik dibandingkan dengan aspek lainnya terutama pada penampilan karyawan dalam melayani pelanggan.

**Tabel 12.** Pengaruh Pelayanan terhadap Citra Perusahaan

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,164	,328		6,603	,000
	Pelayanan	,492	,074	,336	6,617	,000

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS versi 23 (2020)

Berdasarkan tabel 12. diketahui bahwa pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Artinya bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh Indomaret Tanjung Uncang, Batam akan semakin baik citra perusahaan, sebaliknya semakin menurun pelayanan

yang diberikan oleh Indomaret Tanjung Uncang, Batam, maka citra perusahaan akan mengalami penurunan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan jumlah pelanggan dan juga dapat meningkatkan profit yang akan dicapai oleh perusahaan.

**Tabel 13.** Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Perusahaan

Variabel Y	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%	
<i>Personality</i>											
P1	0	0,0	5	1,4	16	4,6	149	43,2	175	50,7	
<i>Reputation</i>											
P2	1	0,3	9	2,6	30	8,7	142	41,2	163	47,2	
P3	2	0,6	26	7,5	21	6,1	130	37,7	166	48,1	
<i>Kredibilitas</i>											
P4	2	0,6	23	6,7	29	8,4	148	42,9	143	41,4	
P5	0	0,0	1	0,3	24	7,0	167	48,4	153	44,4	
<i>Reliabilitas</i>											
P6	0	0,0	2	0,6	22	6,4	150	43,5	171	49,6	
P7	0	0,0	5	1,4	23	6,7	143	41,4	174	50,4	
<i>Trustworthines</i>											
P8	0	0,0	15	4,3	19	5,5	146	42,3	165	47,8	
<i>Responsibility</i>											
P9	1	0,3	20	5,8	17	4,9	138	40,0	169	49,0	
<i>Indikator Value</i>											
P10	0	0,0	13	3,8	21	6,1	163	47,2	148	42,9	
<i>Corporate Identity</i>											
P11	0	0,0	3	0,9	23	6,7	183	53,0	136	39,4	

Sumber: Hasil Olah Data Pribadi (2020)

Berdasarkan tabel 13. terlihat bahwa dari 11 pernyataan yang terdapat pada variabel citra perusahaan, pernyataan yang paling dominan terdapat pada perusahaan Indomaret memiliki potensi untuk bersaing dengan perusahaan ritel lainnya. Citra perusahaan adalah sejumlah persepsi terhadap sebuah organisasi (Nova, 2011:301). Pada pernyataan perusahaan Indomaret memiliki potensi untuk bersaing dengan perusahaan ritel lainnya dengan jumlah 174 orang atau sebesar 50,4% orang yang menyetujui bahwa Indomaret Tanjung Uncang, Batam memiliki reputasi yang baik.

Hasil penelitian ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa pada variabel pelayanan aspek yang paling sering muncul adalah aspek bukti fisik dengan persentase sebesar 58,0%. Sedangkan menurut hasil penelitian pada variabel citra perusahaan pernyataan yang sering muncul adalah indikator *reliabilitas* dengan persentase sebesar 50,4%.

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini, terlihat bahwa seluruh pernyataan dari variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel yang berarti kuesioner dapat digunakan untuk penelitian ini. Hasil analisa Koefisien determinasi ( $r^2$ ) menunjukkan bahwa hasil ( $r^2$ ) sebesar 0,113 yang berarti bahwa pelayanan mempengaruhi citra perusahaan sebesar 11,3%. Sedangkan 88,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh peneliti di dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini, terlihat bahwa pelayanan berpengaruh terhadap citra perusahaan.

Artinya bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh Indomaret Tanjung Uncang, Batam akan semakin baik citra perusahaan, sebaliknya semakin menurun pelayanan yang diberikan oleh Indomaret Tanjung Uncang, Batam, maka citra perusahaan akan mengalami penurunan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan jumlah pelanggan dan juga dapat meningkatkan profit yang akan dicapai oleh perusahaan.

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang mengenai Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Citra Perusahaan Indomaret di Kota Batam, maka kesimpulan yang dapat di ambil sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji regresi didapatkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  serta hasil  $t_{hitung}$  sebesar  $6,617 > t_{tabel}$  untuk 345 responden, yaitu 1,968. Sehingga didapatkan sebuah kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yaitu terdapat pengaruh pelayanan terhadap citra perusahaan.
2. Hasil uji koefisiensi nilai  $R^2$  sebesar 0,113, yang menunjukkan bahwa yang menunjukkan bahwa kontribusi yang diberikan oleh variabel pelayanan sebesar 11,3%, sedangkan 88,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.
3. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana bahwa persamaan regresi  $Y = a + bX$  ( $Y = 2,164 + 0,492X$ )

terdapat pengaruh positif antara variabel pelayanan (X) dengan variabel citra perusahaan (Y)

## DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, A., Modding, B., Labbase, I., & Plyriadi, A. (2020). The Effect of Quality of Service, Image, and Business Ethics on Satisfaction and Loyalty of Patients in Hospitals in Makassar City. *International Journal of Management Progress*, 1(2), 1–22. <https://doi.org/10.35326/ijmp.v1i2.558>
- Bilson, S. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel* (Edisi Pert). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ekawati, R. D., Rusdarti, & Hadi, S. (2014). Pengaruh Citra, Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1), 38–45.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Gava Media.
- Hasan, I. (2017). *Statistik 1*. Bumi Aksara.
- Hoq, M. Z., Sultana, N., & Amin, M. (2010). The Effect of Trust, Customer Satisfactoin and image on Customers' Loyalty in Islamic Banking Sector. *South Asian Journal of Management*, 17(1), 1–10.
- Jasfar, F. (2009). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu* (Edisi ke d). Ghalia Indonesia.
- Kesumawati, N., & Ichwan, A. (2018). *Statistika Parametrik Penelitian Pendidikan*. Noer Fikri Offset.
- Lunarindiah, G. (2018). the Influence of Corporate Image, Service Quality, Perceived Value Toward Student Satisfaction and Student Loyalty. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(2), 239. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i2.1460>
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 2). Salemba Empat.
- Lutfiyani, V., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan (Studi pada KSPPS Bondho Ben Tumoto Semarang). *Proceeding Seminar Nasional Dan Call for Papers 2019 Isu-Isu Riset Bisnis Dan Ekonomi Di Era Disrupsi: Strategi Publikasi Di Jurnal Bereputasi*, 62–65.
- Maeriyana, Soesilowati, E., & Rozi, F. (2019). The Influence of Service Quality on Loyalty With Satisfaction, Trust and Corpaorate Image As Intervening Variables in Rukun Tani Village Cooperative Unit in Pageruyung District Kendal Regency. *Journal of Economic Education*, ISSN: 2301-7341, 8(1), 30–38.
- Melastri, K., & Giantari, I. G. A. K. (2019). Effect of service quality, company image, and customer satisfaction in Word Of Mouth. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 6(4), 127–134. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v6n4.666>
- Mutmainnah. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 202–216. <https://doi.org/Doi:> <http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v10i1.2344>
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relatons Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Raja Grafindo Persada.
- Pasaribu, Z., & Agung, D. (2015). Citra Perusahaan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 14(1), 1689–1699.
- Purwanti, A. (2018). Corporate branding sebagai peran public relations pln bright batam dalam meningkatkan pelayanan publik . *Jurnal Akrab Juara*, 3(1), 61-71.
- Prayoga, D. W. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Layanan BPJS Ketenagakerjaan Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 69–77. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Ratminto, & Winarsih, A. S. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar.
- Rizqi, M. A. N., Lestari, P., & Wiendijarti, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Listrik Negara. *Interact*, 6(2). <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/article/view/1350>
- Rochmad, T. H. (2015). Jurnal komunikasi. *Jurnal Komunikasi Untar*, IX(1), 21–40. <https://www.neliti.com/id/publications/108215/teori-teori-adaptasi-antar-budaya>
- Saktiani, G. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Word of Mouth. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tungadewi*, 4(2), 42423.
- Santoso, S. (2015). *Statistik Parametrik Edisi Revisi*. Elex Media Komputindo.
- Sicillia, M. (2019). *Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Ocbc Nisp , Tbk Cabang Green Garden*. 2(2), 84–97.
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Prenadamedia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustakabarupress.
- Sunyoto, D. (2015). *Teori Kuisioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Graha Ilmu.
- Tumiwa, J., Lopian, S., & Kumowal, R. (2016). the Effect of Store Brand Image and Service Quality Towards Customer Loyalty At Freshmart Superstore Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 306–315. <https://doi.org/10.35794/emba.v4i1.11598>
- Zulian, Y. (2012). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. EKONISIA.

# Turnitin Originality Report

- Processed on: 23-Jan-2021 09:49 WIB ID: 1492618985
- Word Count: 6105
- Submitted: 1

Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Citra Perusahaan Indomaret di Kota Batam By Ana Reza

	Similarity Source	by
Similarity Index		
18%	Internet Sources:	18%
	Publication:	10%
	Student Papers:	10%

1% match (Internet from 28-Nov-2019)

<http://repository.uinsu.ac.id/7173/1/MALA%20HAYATI%20%28NIM.%2025131018%29.pdf>

1% match (student papers from 15-Jul-2019)

[Submitted to Universitas Negeri Jakarta on 2019-07-15](#)

1% match (student papers from 21-Apr-2020)

[Submitted to State College of Florida, Manatee - Sarasota \(formerly, Manatee Community College\) on 2020-04-21](#)

1% match (Internet from 01-Mar-2020) <https://sloap.org/journals/index.php/irjmis/article/view/666>

1% match ( )

<http://eprints.mdp.ac.id/2101/1/Jurnal-2013200052-Putri%20Yuniana.pdf>

1% match (student papers from 27-Nov-2018)

[Submitted to Universitas Putera Batam on 2018-11-27](#)

< 1% match ( )

<http://psasir.upm.edu.my/id/eprint/69949/>

< 1% match (student papers from 20-May-2018)

[Submitted to Universitas Negeri Jakarta on 2018-05-20](#)

< 1% match (Internet from 23-Sep-2020) [https://lib.unnes.ac.id/36002/1/7101415164\\_Optimized.pdf](https://lib.unnes.ac.id/36002/1/7101415164_Optimized.pdf)

< 1% match (Internet from 10-Jul-2020) <http://conference.binadarma.ac.id/index.php/gca/issue/download/9/8>

< 1% match (Internet from 27-Oct-2020)

<https://text-id.123dok.com/document/1y9n6wwz-pengaruh-inovasi-terhadap-keputusan-pembelian-jasa-next-for-men-salon.html>

< 1% match (Internet from 02-Oct-2020)

<https://www.coursehero.com/file/53079601/1-PENGARUH-KOMPENSASI-TERHADAP-PRODUKTIVITAS-PEGAWAIpdf/>

< 1% match (Internet from 30-Nov-2018)

<http://eprints.umm.ac.id/40924/5/BAB%20IV.pdf>

< 1% match (Internet from 13-May-2020)

<https://es.scribd.com/document/328286282/Adhi-Rah-Kusuma>

< 1% match (Internet from 27-Apr-2020) <http://conference.binadarma.ac.id/index.php/gca/issue/download/9/7>

< 1% match (Internet from 17-Sep-2019)

<https://www.scribd.com/document/370027256/BAB-IV-Hasna-Copy-4-Autosaved>

< 1% match ( )

<http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/1295>

< 1% match (Internet from 07-Feb-2019) <https://www.scribd.com/document/394756985/DISIPLIN-KERJA>

< 1% match (Internet from 16-Dec-2020) <http://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D1218043.pdf>

< 1% match (Internet from 23-Jul-2019)

<https://www.scribd.com/doc/160420833/Agung-Wahyuni-g2b205002>

< 1% match (Internet from 04-Nov-2020)

<https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/issue/download/7/INOBISS%20Vol%202%20No%201%20-%20Des2018>

< 1% match (Internet from 04-Nov-2020)

<http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem/article/view/939>

< 1% match (Internet from 06-Aug-2017)

[http://digilib.uin-suka.ac.id/26322/2/13390005\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/26322/2/13390005_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf)

< 1% match (Internet from 17-Oct-2019)

<https://e-jurnal.stie-ibek.ac.id/index.php/JIPMB/article/download/196/pdf>

< 1% match (Internet from 22-Dec-2020) <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/FIPA/article/view/591>

< 1% match (Internet from 17-Oct-2020)

<https://id.123dok.com/document/z3geje8y-analisis-perbedaan-likuiditas-return-spread-perusahaan-terdaftar-indonesia.html>

< 1% match (student papers from 02-Jun-2020)

[Submitted to Padjadjaran University on 2020-06-02](#)

< 1% match (Internet from 14-Oct-2020)

<https://adoc.pub/kata-kunci-sistem-informasi-akuntansi-pengendalian-intern.html>

< 1% match (publications)

[Ratu Humaemah, Taufiq Kurohman. "PENGARUH KONTRIBUSI PESERTA DAN PENDAPATAN INVESTASI TERHADAP SURPLUS UNDERWRITING DANA TABARRU PADA PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE UNIT SYARIAH PERIODE 2010-2017", Syar'Insurance: Jurnal Asuransi Syariah, 2020](#)

< 1% match (Internet from 22-Jan-2020)

<https://www.scribd.com/document/392795727/16-16-PB-pdf>

< 1% match (Internet from 13-Jan-2021) <http://garuda.ristekbrin.go.id/journal/view/15747?issue=+Vol+2%2C+No+2+%282019%29>

< 1% match ()

<http://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/ptn/article/view/10307>

< 1% match (Internet from 03-Sep-2019)

<https://ojs.stt-ibnusina.ac.id/index.php/JT-IBSI/article/download/140/153>

< 1% match (student papers from 18-Jun-2020)

[Submitted to UIN Walisongo on 2020-06-18](#)

< 1% match (Internet from 11-Nov-2020)

<https://asepsulaemantea.wordpress.com/karya-tulis/>

< 1% match ()

[http://repository.uin-suska.ac.id/1898/1/2011\\_2011204.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/1898/1/2011_2011204.pdf)

< 1% match (Internet from 08-Apr-2016)

<http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/73830/1.%20Z.%20T.%20W.%20Sandi%20Yudh%20100810301055.pdf?sequence=1>

< 1% match ()

<http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem/article/view/939>

< 1% match (Internet from 21-Apr-2020)

<http://scitech.id/index.php/framework/article/view/2>

< 1% match (Internet from 22-Aug-2020)

<http://garuda.ristekbrin.go.id/author/view/257924?jid=10316&jname=JIPFRI+%28Jurnal+Inovasi+Pendidikan+Fisika+dan+Riset+Ilmiah%29>

< 1% match (Internet from 28-Apr-2019)

<https://www.scribd.com/document/388979998/130502171>

< 1% match (Internet from 24-Dec-2018)

[http://digilib.uin-suka.ac.id/32089/1/1620011033\\_BAB-1\\_IV\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/32089/1/1620011033_BAB-1_IV_DAFTAR-PUSTAKA.pdf)

< 1% match (Internet from 26-Mar-2019)

<https://www.scribd.com/document/368970682/Pengaruh-Kompetensi-Dan-Independensi-Auditor-Terhadap-Kualitas-Audit>

< 1% match (Internet from 27-Aug-2019)

<https://www.scribd.com/document/372015245/241606-pdf>

< 1% match (Internet from 21-Aug-2020)

<http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/article/view/1350>

< 1% match (Internet from 17-Oct-2018)

<https://muharieffendi.files.wordpress.com/2018/07/pengaruh-corporate-governance-financial-leverage-terhadap-nilai-perusahaan-pada-perusahaan-manufaktur-yang-terdaftar-di-bei.pdf>

< 1% match (Internet from 24-Apr-2019)

<https://fr.scribd.com/doc/261620429/Jurnal-K3>

< 1% match ()

<http://repository.ut.ac.id/4967/>

< 1% match (Internet from 04-Feb-2020)

[https://www.waralabaku.com/franchise\\_license\\_expo\\_08.php?p=3](https://www.waralabaku.com/franchise_license_expo_08.php?p=3)

< 1% match (publications)

[Prilialianty Fakhriyah. "PENGARUH LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE \(GOJEK\) TERHADAP PERLUASAN LAPANGAN KERJA BAGI MASYARAKAT DI KOTA CIMAHI", Comm-Edu \(Community Education Journal\), 2020](#)

< 1% match (Internet from 20-May-2019) <http://repository.uinjt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/45399/1/LUVI%20SETYONINGRUM-FEB.pdf>

< 1% match ()

<http://eprints.walisongo.ac.id/11121/>

< 1% match (Internet from 10-Jun-2017)

<http://digilib.uin-suka.ac.id/2828/1/BAB%20I%2C%20V.pdf>

< 1% match (Internet from 09-Nov-2020)

<https://worldwidescience.org/topicpages/c/customer+service+activities.html>

< 1% match (Internet from 20-Jan-2021)

<http://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/ijmp/article/view/558>

< 1% match (Internet from 31-Jan-2020)

<https://www.scribd.com/document/359937262/SEKRIPSI-LENGKAP>

< 1% match (Internet from 11-Nov-2020)

<https://123dok.com/document/y4e0pjqvq-pengaruh-tax-avoidance-kualitas-audit-manajemen-laba.html>

< 1% match (Internet from 17-Oct-2020)

<https://id.123dok.com/document/yee1kney-this-file-pb.html?page=7&tab=pdf>

< 1% match (Internet from 18-Dec-2020)

<https://docobook.com/i-pengaruh-dpr-der-dan-roa-terhadap-nilai.html>

< 1% match (Internet from 12-Oct-2020)

<https://id.123dok.com/document/eqoe990y-analisis-perceived-terhadap-customer-corporate-perceived-switching-pelanggan.html>

< 1% match (Internet from 21-Oct-2020)

<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital%2F20333360-T32253-Deshinta+Vidyastuti.pdf>

< 1% match (Internet from 23-Apr-2020)

<http://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/JSMI/article/download/365/pdf>

< 1% match (Internet from 20-Feb-2020)

[https://issuu.com/mediarancaekek/docs/nur\\_hidayat\\_092050143](https://issuu.com/mediarancaekek/docs/nur_hidayat_092050143)

< 1% match (Internet from 10-Aug-2018)

<https://mafiadoc.com/analisis-pengaruh-rasio-likuiditas-rasio-leverage-rasio-aktivitas-dan-59c041821723dd6f108549b5.html>

< 1% match (Internet from 09-Oct-2014)

<http://nenkiemas.wordpress.com/2011/10/04/website-media-pemasaran-pendidikan-di-sekolah/>

< 1% match (Internet from 27-Jul-2016)

<https://www.scribd.com/doc/313212460/Untitled>

< 1% match (publications)

[Yona Kurnia Sari, Ice Yulia Wardani. "DUKUNGAN SOSIAL DAN TINGKAT STRES ORANG DENGAN HIV/AIDS", Jurnal Keperawatan Indonesia, 2017](#)

< 1% match (Internet from 11-Nov-2020)

<https://idoc.pub/documents/4-biologi-2007-2878-d47e9woo3yn2>

< 1% match (Internet from 16-Nov-2020)

<http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/download/1301/769/>

< 1% match (Internet from 11-Nov-2020)

<https://qdoc.tips/0-congresopedagogauniversitaria-pdf-free.html>

< 1% match (Internet from 11-Nov-2020)

<http://lib.ibs.ac.id/materi/Prosiding/SNA%20XVI/makalah/sesi%202.pdf>

< 1% match (Internet from 11-Nov-2020)

<http://lib.ibs.ac.id/materi/Prosiding/SNA%20XVI/makalah/sesi%204.pdf>

< 1% match ()

<http://repository.radenintan.ac.id/5034/1/ROSA%20ARIESTA%20DEWI.pdf>

< 1% match ()

<http://repository.radenintan.ac.id/4070/>

< 1% match (Internet from 16-Nov-2020)

<https://sloap.org/journals/index.php/irjmis/article/view/833>

< 1% match (Internet from 12-Nov-2020)

<https://www.batamnews.co.id/hasil-pencarian.html>

< 1% match (publications)

[Tri Hariyanti, Samsuddin Samsuddin, Fenni Supriadi. "PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MEMBELI AIR GALON MEREK AER QUA DI KOTA PONTIANAK", JURNAL PRODUKTIVITAS, 2018](#)