

Table Of Content

**Journal Cover** ..... 2  
**Author[s] Statement** ..... 3  
**Editorial Team** ..... 4  
**Article information** ..... 5  
    Check this article update (crossmark) ..... 5  
    Check this article impact ..... 5  
    Cite this article ..... 5  
**Title page** ..... 6  
    Article Title ..... 6  
    Author information ..... 6  
    Abstract ..... 6  
**Article content** ..... 8

ISSN (ONLINE) 2598 9928



**INDONESIAN JOURNAL OF LAW AND ECONOMIC**

**PUBLISHED BY  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO**

## Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

## Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

## Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

## EDITORIAL TEAM

### Editor in Chief

Dr. Wisnu Panggah Setiyono, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([Sinta](#))

### Managing Editor

Rifqi Ridlo Phahlevy , Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([ORCID](#))

### Editors

Noor Fatimah Mediawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Faizal Kurniawan, Universitas Airlangga, Indonesia ([Scopus](#))

M. Zulfa Aulia, Universitas Jambi, Indonesia ([Sinta](#))

Sri Budi Purwaningsih, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Emy Rosnawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Totok Wahyu Abadi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

**Article information**

**Check this article update (crossmark)**



**Check this article impact (\*)**



**Save this article to Mendeley**



(\*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

# Mediating Role of Corporate Image in the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction: A Study of PT. Pelindo Energi Logistik

*Peran Mediasi Citra Perusahaan dalam Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan: Studi pada PT. Pelindo Energi Logistik*

**Indriana Kristiawati, indriana.k@stiamak.ac.id, (1)**

*STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya, Indonesia*

**Meyti Hanna Ester Kalangi, indriana.k@stiamak.ac.id, (0)**

*STIA dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya, Indonesia*

**Utomo Utomo, indriana.k@stiamak.ac.id, (0)**

*STIA dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya, Indonesia*

<sup>(1)</sup> Corresponding author

## Abstract

This quantitative research aimed to investigate the relationship between service quality, corporate image, and customer satisfaction at PT. Pelindo Energi Logistik. The study utilized path analysis and Sobel test to analyze the data collected from a sample of 30 companies who were customers of PT. Pelindo Energi Logistik. The findings revealed that service quality significantly influenced corporate image ( $p < 0.05$ ) and customer satisfaction ( $p < 0.05$ ). Additionally, corporate image had a significant impact on customer satisfaction ( $p < 0.05$ ). Moreover, corporate image was found to mediate the relationship between service quality and customer satisfaction, indicating its crucial role in strengthening the effect of service quality on customer satisfaction. These results emphasize the importance of enhancing service quality and maintaining a positive corporate image to ensure customer satisfaction in the logistics industry. The study contributes to the existing body of knowledge by providing valuable insights for global researchers and professionals in the field of service quality, corporate image, and customer satisfaction in the logistics sector.

### Highlight:

- Service quality significantly influences company image, indicating the impact of service provision on the perception of the company.
- Service quality plays a crucial role in determining customer satisfaction, emphasizing the importance of delivering satisfactory services to meet customer expectations.
- The company's image significantly affects customer satisfaction, underscoring the role of a positive corporate image in enhancing customer satisfaction levels.

### Keyword:

# Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol 18 No 3 (2023): August  
Article type: (Marketing Management)

Company Image, Service Quality, Customer Satisfaction, Mediation, Logistics Industry

---

Published date: 2023-07-05 00:00:00

---

## Pendahuluan

Indonesia sebagai negara yang berkembang saat ini banyak perusahaan-perusahaan baru khususnya perusahaan di bidang jasa. Pergerakan di bidang jasa ini memerlukan alat serta infrastruktur yang bagus guna bisa membantu serta mendukung kemajuannya, terkhusus pada alat serta infrastruktur pelayanan transportasi dan jasa jembatan timbang. Ini dikarenakan jasa transportasi itu tidak cuma berkebutuhan pada satu wilayah khusus saja akan tetapi menjangkau, melibatkan serta berhubungan dengan wilayah yang lain yang diharuskan agar tidak *over dimension over loading*(ODOL) kendaraan. Peran jembatan timbang saat ini sangat diperlukan dalam pengawasan angkutan barang untuk meminimalisir terjadinya pelanggaran dikarenakan kelebihan muatan (*overloading*) pada kendaraan angkutan barang sehingga menyebabkan kerusakan pada jalan atau aspal.

Penyedia pelayanan yang sangat baik bisa berpengaruh pada tahap kepuasan pelanggan. pelanggan yang mendapatkan layanan yang baik akan terus-menerus menggunakan jasa tersebut dan pada akhirnya akan berada dalam posisi untuk membangun loyalitas pelanggan dengan perusahaan. Pelanggan yang puas kemungkinan besar akan menginformasikan kepada orang lain tentang hal itu. Kondisi ini sangat disarankan bagi perusahaan dalam meningkatkan pelanggan. Terciptanya kepuasan Pelanggan tersebut akan meningkatkan loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Perusahaan jasa dituntut mampu memberikan pelayanan yang prima untuk memenuhi berbagai macam keinginan pelanggan. [1]), [2] pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan customer. Menurut riset Wyock pada Lovelock dikutip oleh [3] "*servicequality* adalah meningkatkan keunggulan kualitas yang diinginkan

guna memenuhi kebutuhan pelanggan". Kualitas menjadi suatu motivasi kepada konsumen dengan tujuan dapat menjalin ikatan hubungan dengan perusahaan supaya lebih kuat. Dalam waktu panjang hubungan semacam ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi impian pelanggan serta keinginannya. Dengan begitu, perusahaan bisa memaksimalkan tingkat kepuasan *customer* dengan mengoptimalkan pengalaman pelanggan yang bagus serta meminimalkan pengalaman pelanggan yang buruk. Dengan layanan tepat, perusahaan akan mampu berkembang dengan baik sehingga *customer* yang menggunakan jasa tersebut akan kembali lagi untuk menggunakan jasa perusahaan [4]. Berangkat dari konsep ini, berhasilnya suatu bisnis sangat ditentukan oleh layanan serta penawaran yang baik kepada customer. Kualitas pelayanan yang baik harus dimulai dari memenuhi dan melayani keinginan konsumen akan jasa pelayanan yang diberikan dan berujung pada pemahaman konsumen tentang keunggulan pelayanan yang diberikan dengan kepuasan pelayanan sehingga perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor lain.

Penelitian ini dilakukan di PT Pelindo Energi Logistik yang merupakan anak perusahaan dari PT Pelindo Marine Service (PMS) dan juga bagian dari PT. Pelindo III Grup. PT Pelindo Energi Logistik bergerak dalam bidang layanan logistik, pengelolaan energi dan jasa jembatan timbang. Keunggulan PT. Pelindo Energi Logistik adalah organisasi milik pemerintah dan kinerjanya secara keseluruhan dipantau oleh pemerintah, selain itu PT. Pelindo Energi Logistik merupakan satu-satunya perusahaan dari Pelindo Group bergerak di bidang layanan logistik, pengelolaan energi dan jasa jembatan timbang di lingkup PT. Pelindo III Grup

Target utama PT Pelindo Energi logistik (PT. PEL) dalam memberikan pelayanan jasanya adalah untuk memenuhi dan memuaskan pelanggan. Memberikan kualitas layanan yang maksimal terhadap *customer* dan royal kepada *customer* dapat meningkatkan kepuasan customer serta *customer* akan setia menggunakan jasa tersebut, menjadikan pelanggan puas dengan jasa yang diberikan dapat menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan. Semakin banyak jumlah customer yang mempergunakan jasa pelayanan PT Pelindo Energi logistik (PT. PEL) akan semakin menguntungkan dan semakin besar peluang untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Terjadinya penurunan pelanggan di PT Pelindo Energi Logistik akan mempengaruhi pendapatan pada perusahaan. Beberapa alasan mengenai terdapatnya penurunan tersebut adalah pelayanan yang masih kurang efektif dan efisien dilihat dari segi pelayanannya yang kurang maksimal dikarenakan ada dua unit alat jembatan timbang namun hanya satu unit yang dapat beroperasi hal ini disebabkan adanya kerusakan pada alat jembatan timbang, Sehingga sering terjadi penumpukan antrian. selain itu penyedia jasa PT Pelindo Energi Logistik harus dapat memaksimalkan kinerja dalam memberi pelayanan jasa jembatan timbang dengan baik sehingga tidak menimbulkan penumpukan antrian dan menciptakan kepuasan pelanggan. Alasan inilah yang menjadi penyebab turunnya kuantitas pelanggan PT Pelindo Energi Logistik.

Perusahaan perlu metode strategi yang tepat untuk mengoptimalkan pelayanan, salah satu strategi yang tepat untuk memperoleh kepuasan dari pelanggan yaitu dengan memberikan citra yang baik serta selalu berupaya memberikan pelayanan semaksimal mungkin untuk pelanggan. Company image adalah gambaran konsumen tentang keseluruhan latar belakang perusahaan penyedia jasa sesuai dengan pengetahuan dan perjalanan masing-masing konsumen, baik mengenai layanannya, nama baik perusahaan dan kredibilitas yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan pelanggan tersebut [5]. Kompetitor dapat dengan mudah meniru produk atau jasa, maka dari itu citra menjadi istimewa bagi perusahaan, namun kesan terakhir yang di ingat pelanggan selalu tentang citra perusahaan yang baik. Konsumen dapat memilih dan membedakan perusahaan mana yang bagus serta mana yang kurang bagus berkat adanya citra perusahaan. Citra perusahaan juga dapat digunakan untuk menunjukkan tingkat kualitas tertentu dari suatu layanan jasa yang diberikan terhadap pelanggan [6].

Berdasarkan pada uraian diatas yang sudah diterangkan tersebut, sehingga penulis akan melakukan penelitian



serta menganalisis permasalahan yang terjadi pada PT Pelindo Energi logistik (PT. PEL) tersebut dengan mengangkat tema penelitian dengan judul "Citra Perusahaan Memediasi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelindo Energi Logistik".

## Metode

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, Penelitian ini dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan dimulai dari bulan April - bulan Juni 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang menjadi pelanggan PT. Pelindo Energi Logistik pada tahun 2022 yang berjumlah 30 responden. Sampel menggunakan teknik non probability sampling yakni sampling jenuh. [7] sampel jenuh merupakan metode pengambilan sampel dimana pengambilan sampelnya adalah seluruh partisipan dari populasi. Ini sering digunakan jika populasinya relatif kecil

< 30 orang, atau jika ingin memilih untuk membuat generalisasi dengan tingkat kesalahan sangat kecil dalam penelitian. Istilah lainnya dari sampel jenuh ialah yang mana seluruh kontributor populasi menjadi sampel. Sampel yang digunakan pada riset ini yaitu semua konsumen yang menggunakan jasa PT. Pelindo Energi Logistik sebanyak 30 responden

Pengujian statistik dilakukan dengan beberapa uji antarlain: a. Uji Validitas b. Uji Reliabilitas c. Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heterokedastisitas) d. Uji *PathAnalysis* e. Uji Koefisien Determinasi f. Uji Hipotesis T g. *SobelTest*.

## Definisi Operasional

1. Kualitas pelayanan (X). Dengan indikator sebagai berikut:
  1. Tampilan fisik (*Tangible*).
  2. Keandalan (*Reliability*).
  3. Daya Tanggap (*Responsiveness*).
  4. Jaminan (*Assurance*).
  5. Empati (*Emphaty*).
2. Citra perusahaan (Z) Dengan indikator sebagai berikut:
  1. Reputasi.
  2. Nilai.
  3. Identitas perusahaan.
3. Kepuasan pelanggan (Y) Dengan indikator sebagai berikut:
  1. Kesesuaian Harapan.
  2. Minat Berkunjung Kembali.
  3. Kesiediaan Merekomendasi

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survei. Metode kuantitatif menurut [8] adalah jenis penelitian spesifik dalam bentuk sistematis dan terstruktur dengan jelas hingga pembuatan desain penelitian.

Sedangkan penelitian survei menurut [9] adalah metodologi kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau hingga kini, meliputi keyakinan, pendapat, karakteristik, hubungan antar variabel dan hasil penelitian yang cenderung untuk digeneralisasi.

Pada penelitian kuantitatif ini digunakan pendekatan statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif menurut [10] merupakan suatu pembahasan statistika yang berhubungan dengan penguraian atau memberikan keterangan mengenai suatu fenomena. Pendekatan deskriptif ini digunakan untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan hasil pendapat responden terhadap variabel yang diteliti yaitu kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Statistika inferensial menurut [10] merupakan bagian dari statistika tentang penafsiran dan penarikan kesimpulan dari data yang tersedia secara umum. Statistik inferensial bertujuan guna mengetahui besarnya pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Berkah Multi Cargo Logistics baik secara parsial maupun simultan.

## Populasi dan Sampel

Populasi menurut [9] ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek ataupun subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik suatu simpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan jasa logistik di PT. Berkah Multi Cargo Logistics yang merupakan perusahaan pelanggan yang pernah atau masih melakukan transaksi jasa dengan PT. Berkah Multi Cargo Logistics sebanyak 32 pelanggan.

## Teknik Sampling

Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sensus/samplingtotal*. *Sensus/sampling total* didefinisikan menurut [11] adalah metodologi yang menjadikan seluruh anggota populasi sebagai sampel.

## Jenis dan Sumber Data Data Primer

Menurut [10] mendefinisikan data primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan secara langsung dari objek. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah observasi dan penyebaran kuisisioner kepada pelanggan jasa PT. Berkah Multi Cargo Logistics.

## Data Sekunder

Menurut [10] mendefinisikan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dan diolah oleh pihak lain dalam bentuk publikasi. Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini ialah studi kepustakaan yang diperoleh dari berbagai literatur, karya ilmiah, jurnal, dan dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini.

## Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Observasi didefinisikan menurut [12] merupakan suatu proses yang komplit, tersusun dari pelbagai biologis dan psikologis. Pada tahap observasi ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung mengenai kegiatan dan kondisi perusahaan di PT. Berkah Multi Cargo Logistics. Peneliti melakukan pencatatan beberapa informasi dari dokumen atau arsip yang ada, khususnya data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data tersebut ialah data keluhan dan jumlah pelanggan PT. Berkah Multi Cargo Logistics.

### 2. Kuisisioner

Kuisisioner didefinisikan menurut [10] adalah sebagai alat pengumpul data primer yang berdaya guna dibandingkan dengan observasi ataupun wawancara. Pada tahap ini, kuisisioner disebar melalui *platform online google form* kepada responden pelanggan jasa logistik PT. Berkah Multi Cargo Logistics. Dalam kuisisioner tersebut yang akan ditanyakan adalah bagaimana kualitas layanan dan kepercayaan yang diberikan PT. Berkah Multi Cargo Logistics.

### 3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan didefinisikan menurut [13] sebagai data pelengkap yang diperoleh dari luar suatu organisasi untuk mendukung suatu penelitian. Peneliti mengumpulkan berbagai sumber literatur dalam bentuk publikasi guna mempelajari konsep dan teoritis yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

## Deskripsi Operasional Variabel

Variabel penelitian didefinisikan menurut [9] ialah suatu atribut sifat dari nilai seseorang, berkaitan dengan objek, konstitusi maupun kegiatan yang mempunyai ketentuan variasi untuk dipelajari oleh peneliti untuk ditarik suatu kesimpulan.

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan dapat diklasifikasikan menjadi variabel bebas dan variabel terikat.

### 1. Variabel Bebas (*Indevenden Variable*)

Kualitas layanan (X1) merupakan suatu tingkatan keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas pemenuhan keinginan pelanggan, meliputi :

1. Bukti Konkret (*Tangible*).
2. Daya Andal (*Reliability*).
3. Ketanggapan (*Responsiveness*).
4. Garansi (*Assurance*).
5. Perhatian (*Emphaty*).

2. Kepercayaan (X2) merupakan perusahaan mengandalkan kemauan mitra bisnisnya. Kepercayaan bergantung pada banyak aspek antar idiosinkratik dan antar konstitusi, seperti persepsi moralitas, kelurusan (hati) dan niat baik, meliputi :

1. Kemampuan (*Ability*).
2. Kebaikan Hati (*Benevolence*).
3. Integritas (*Integrity*).

### 3. Variabel Terikat (*Devenden Variable*)

Kepuasan pelanggan (Y) merupakan kesediaan yang dialami seseorang setelah membandingkan persepsinya terhadap harapan performa suatu produk, meliputi :

1. Kepuasan Konsumen Secara Menyeluruh (*Overall Customer Satisfaction*).
2. Verifikasi Pengharapan (*Confirmation Of Expectations*).
3. Ketertarikan Untuk Menggunakan Jasa Kembali (*Repurchase Interest*).
4. Kesediaan Untuk Merekomendasikan (*Willingness To Reccommend*).

## Teknik Analisa Data

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas didefinisikan menurut [14] merupakan hal yang berkaitan dengan perhatian atas isu kebenaran hubungan kasual / sebab akibat dan dapat digeneralisasi dengan lingkungan eksternal. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS dengan tingkat ketidaktelitian sebesar 5% dengan uji 2 (dua) sisi dan  $n = 32$  sehingga didapat  $r_{tabel} = 0,349$

Uji reliabilitas didefinisikan menurut [14] merupakan suatu alat pengukuran untuk menunjukkan keakuratan instrumen. Uji reliabilitas dilakukan dengan pengujian statistik *CronbachAlpha*. Dengan kriteria pengambilan keputusan apabila nilai *CronbachAlpha* di atas 0,6 maka dapat dinyatakan variabel tersebut reliabel.

## Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas didefinisikan menurut [15] dipergunakan sebagai membuktikan apakah jenis regresi pada penelitian mengantongi diseminasi normal atau tidak. Pengujian normalitas data menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dalam program aplikasi SPSS dengan taraf probabilitas ( $\text{sig}$ ) 0,05.

### b. Uji Multikolinieritas

Tujuan uji multikolinieritas diungkapkan oleh [15] dipergunakan sebagai mengevaluasi uji apakah model regresi pada penelitian ini kedapatan korelasi diantara variabel indeviden. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *VarianceInflation Factor* (VIF).

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas didefinisikan menurut [15] dipergunakan sebagai evaluasi apakah dalam model regresi timbul adanya ketidakcocokan pada residual dan *variance* pada satu pemantauan ke pemantauan lain. Uji heteroskedastisitas dipergunakan untuk menguji terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan gambar *Scatterplots*. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dalam riset yang dilaksanakan, apabila titik - titik data penyebar diatas dan dibawah atau di sekitar angka 0 serta penyebaran titik data tidak boleh membentuk pola maka data tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

### d. Analisa Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linear berganda didefinisikan menurut [10] regresi sederhana merupakan kasus khusus dari regresi berganda dengan satu variabel indeviden yang mempengaruhi variabel devenden. Dalam regresi berganda terdapat satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel indeviden yang mempengaruhinya.

Uji ini dimanfaatkan guna mengetahui kekuatan hubungan antar variabel yaitu kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan pada PT. Berkah Multi Cargo Logistics.

## Uji Hipotesa

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t didefinisikan menurut [15] digunakan untuk mengetahui masing - masing variabel indeviden terhadap variabel devenden. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai  $\text{Sig.} < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa, secara individual variabel indeviden terdapat pengaruh signifikan positif terhadap variabel devenden. Dalam penelitian

ini pengujian pengaruh variabel independen yaitu kualitas layanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

## b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F didefinisikan menurut [16] dipergunakan guna melihat apakah model regresi tersebut dapat dikatakan layak atau tidak. Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa, layak yang berarti model regresi yang ada dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen yaitu kualitas layanan dan kepercayaan pada variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Melalui tabel ANOVA, model regresi dapat dinyatakan layak jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ .

## c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi  $R^2$  didefinisikan menurut [14] digunakan untuk mengukur proporsi variasi antar variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen pada model regresi. Nilai  $R^2$  akan berkisar antara 0 hingga 1. Semakin tinggi nilai  $R^2$  maka semakin andal kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel dependen.

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas

Bersumber dari pengolahan data bahwa korelasi setiap item pernyataan memiliki nilai  $r$ -hitung lebih besar dari  $r$ -tabel, bersumber dari pengujian validitas menerangkan jika pada seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X), citra perusahaan (Z) dan kepuasan pelanggan (Y) dikatakan valid serta bisa dijadikan sebagai instrumen penelitian. Nilai  $r$  tabel di peroleh dari  $df = N - 2$  dengan cara uji dua arah pada tingkat signifikansi 0,05 yakni sebesar 0,3610.

### Uji Reliabilitas

Menggunakan teknik analisis *Cronbach's Alpha* untuk pengujian keandalan (reliabel) suatu pernyataan tiap variabel penelitian dengan program SPSS. Hasil uji ini bisa dinyatakan reliabel bila *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ . *Cronbach's Alpha* dari variabel kualitas pelayanan (X), citra perusahaan (Z) dan kepuasan pelanggan (Y)  $> 0,6$  maka bisa tarik kesimpulan data reliabel yang artinya bahwa kuesioner bisa dipakai pada penelitian.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk pengujian apakah dalam bentuk regresi variabel independen serta variabel dependen ataupun kedua-duanya memiliki distribusi normal ataupun tidak. Jika variabel tidak berdistribusi secara normal berarti pengujian statistik akan terjadi penurunan. Melakukan pengujian normalitas bisa menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* yakni dengan syarat jika nilai signifikan diatas 0,05 artinya data terdistribusi normal. Namun bila hasil *One Sample Kolmogorov Smirnov* nilai signifikannya dibawah 0,05 artinya bahwa data tidak terdistribusi normal. Hasil dari uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* dan dilihat dari *Unstandardized Residual* menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yakni 0,980  $> 0,05$ , sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa data Residual berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas guna mengetahui apakah dalam model regresi ditemui ada korelasinya antar variabel bebas. Apabila nilai *Tolerance*  $< 0,1$  atau *Variance Inflation Factor* (VIF)  $> 10$ , artinya tidak terjadi masalah multikolinearitas. Bersumber dari pengolahan data nilai tolerance semua variabel  $> 0,1$  serta nilai *varianceinflationfactor* (VIF)  $< 10$ . jadi bisa tarik kesimpulan data riset ini tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

### Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas memiliki tujuan yaitu mendeteksi terjadinya nilai relevan yang berbeda dari tiap varian variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X) dan citra perusahaan (Z) dalam model regresi. Masalah heteroskedastisitas pada riset ini dideteksi dengan cara memakai scatterplot yakni dengan memplotkan *standardized predictors* dengan *standardized residual model*. Bila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dari itu tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil *scatterplot* yang dihasilkan dengan olah data output SPSS. Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan jika

*scatterplot* tidak terbentuk pola serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

## Hipotesis

Setelah di uji asumsi klasik bisa ditarik kesimpulan jika model regresi terbebas dari masalah multikolinieritas, heteroskedastisitas dan normalitas. Pengujian hipotesis ialah pembuktian statistik atas semua yang telah dihipotesiskan pada penelitian berlandaskan teori. Pengujian hipotesis yang sudah diajukan serta untuk mendeteksi pengaruh variabel mediasi dalam memediasi variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan metode Analisis Regresi, Analisis Jalur dan *Sobel Test*. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi berganda, atau dapat dikatakan analisis jalur ialah penggunaan analisis regresi guna menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang sudah dinyatakan lebih dahulu bersumber pada teori.

## Analisis Regresi Linier Berganda

### a. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis kesatu yang diajukan yakni kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra perusahaan pada PT. Pelindo Energi Logistik. Bersumber pada hasil dari uji analisis regresi yang sudah dilakukan sehingga mendapatkan hasil signifikan. Sesuai hasil nilai signifikansi yang dihasilkan senilai  $0,000 < 0,05$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. Sehingga hipotesis kesatu diterima.

### b. Pengujian Hipotesis 2 dan 3

Hipotesis kedua yang diajukan yakni kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelindo Energi Logistik. Hipotesis ketiga yang diajukan adalah citra perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelindo Energi Logistik. Bersumber pada hasil dari uji analisis regresi yang sudah dilakukan sehingga mendapatkan hasil signifikan. Nilai signifikansi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan senilai  $0,040 < 0,05$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis kedua diterima. Sedangkan nilai signifikansi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan senilai  $0,018 < 0,05$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis ketiga diterima.

## Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Mengukur koefisien determinasi berganda memiliki tujuan guna dapat diketahui besarnya korelasi serta hubungan variabel dari model regresi dalam riset ini dan mengukur seberapa dekat garis regresi yang diestimasi terhadap data yang sesungguhnya. Perihal ini bisa diamati melalui koefisien R dan  $R^2$ . Bersumber dari hasil pengolahan data menunjukkan nilai R sebesar 0,868 yang berarti bahwa hubungan korelasi antara citra perusahaan (Z) dengan kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) ialah kuat, karena nilai  $R > 0,5$  sehingga bisa dinyatakan berkorelasi kuat. Berdasarkan hasil hitung koefisien determinasi berganda dengan menggunakan SPSS, ditemukan jika nilai koefisien determinasi berganda *Adjusted R Square* ialah 0,734 atau sebesar 73,4%. Citra perusahaan (Z) dapat diterangkan oleh variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 73,4%. Serta untuk sisanya 26,6% diterangkan oleh variabel yang lain yang tidak diteliti pada riset ini.

## Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur ialah perluasan daripada analisis regresi linear berganda. Melakukan pengujian analisis regresi sebanyak dua kali. Analisis regresi yang pertama agar bisa diketahui kekuatan hubungan dari variabel bebas (independen) terhadap variabel mediasi (intervening). Analisis regresi yang kedua agar bisa diketahui kekuatan hubungan dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Suatu variabel dikatakan variabel *intervening* jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Hasil pengolahan data menunjukkan hasil regresi variabel kualitas pelayanan (X) terhadap citra perusahaan (Z) sebesar 0,867. Hasil pengolahan data menunjukkan hasil regresi variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,415. Hasil pengolahan data menunjukkan hasil regresi variabel citra perusahaan (Z) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,483.

Bersumber pada rangkuman diatas, jadi besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung adalah sebagai berikut:

### a. Pengaruh Langsung (Direct Effect = DE)

Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y).  $XY = 0,415$ .

### b. Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect = IE)

Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui citra perusahaan (Z).

Pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara langsung lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung dari variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui citra perusahaan (Z) dan dibuktikan dengan nilai  $0,415 < 0,418$ . Maka dari itu, hipotesis ke 4 yang berbunyi "citra perusahaan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelindo Energi Logistik" diterima. Berdasarkan pada pengolahan data hasil analisis regresi, sehingga analisis jalur tiap-tiap variabel dapat disimpulkan sebagai berikut:

Uji Sobel (*SobelTest*)

Uji hipotesis mediasi bisa dilakukan dengan metode yang dikembangkan Sobel (1982) dan dikenal dengan Uji Sobel (*SobelTest*). Untuk mengetahui pengaruh mediasi dari citra perusahaan (Z), jadi pengujian yang digunakan yakni uji sobel. Syarat memakai uji sobel ialah dengan dibandingkannya nilai t hitung dengan nilai t tabel. Jika nilai t hitung  $> t$  tabel artinya bisa ditarik kesimpulan terdapat pengaruh mediasi. Hasil t hitungnya yakni 3,161 serta lebih besar dari t tabel yaitu sebesar 2,048, sehingga bisa dinyatakan bahwa t hitung  $> t$  tabel. Sehingga hipotesis 4 diterima. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel citra perusahaan (Z) mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

## Simpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, ditarik beberapa simpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap citra perusahaan (Z) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menjelaskan bahwa tinggi rendahnya kualitas pelayanan dapat mempengaruhi citra perusahaan.
2. Kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan tingkat signifikansi  $0,040 < 0,05$ . Hal ini menjelaskan bahwa penilaian baik atau buruknya mengenai kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.
3. Citra perusahaan (Z) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan tingkat signifikansi  $0,018 < 0,05$ . Hal ini menjelaskan bahwa citra perusahaan menjadi salah satu faktor pembentuk kepuasan pelanggan, hal ini membuktikan bahwa semakin baik citra perusahaan yang dipersepsikan oleh konsumen dapat meningkatkan kepuasan yang telah dirasakan oleh para konsumen.
4. Citra perusahaan (Z) memediasi pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y), hal ini terbukti dengan nilai t hitung  $3,161 > t$  tabel 2,048. Yang berarti bahwa ada pengaruh tidak langsung yang terjadi dimana peran citra perusahaan juga menjadi sangat penting dalam memperkuat hubungan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, Sehingga dapat disimpulkan hipotesis keempat mampu memperkuat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

## References

1. R. Laila, "Peran Pustakawan Perguruan Tinggi Dalam Era Informasi Dan Digitalisasi," Jurnal Ta'lim, vol. 2, no. 3, pp. 105-133, 2012.
2. J. Nitjano, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Kantin Kampus ITN 2 Malang)," Jurnal Mahasiswa Teknik Industri, vol. 3, no. 2, 2020.
3. F. Tjiptono, "Customer Satisfaction," Yogyakarta: Andi, 2014.
4. D. Ihsan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) Cabang Tanjung Perak)," Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, 2018.
5. C. Reza, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Dan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi," Thesis Universitas Muhammadiyah Malang, 2020.
6. P. Kotler and K. Keller, "Marketing management 14," 2001.
7. Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D," Bandung: Alfabeta, 2017.
8. S. Siyoto and M. A. Sodik, "Dasar metodologi penelitian," literasi media publishing, 2015.
9. Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D," Bandung: Alfabeta, 2019.
10. M. Syahrman Yusi and U. Idris, "Statistika untuk Ekonomi, Bisnis, & Sosial," Penerbit Andi, 2020.
11. Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif," Bandung: Alfabeta, 2018.
12. Hadi Sutrisno dalam Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif," Bandung: Alfabeta, 2018.
13. A. S. Pramudita, "Pengukuran Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Industri Logistik," Jurnal Logistik Bisnis, vol. 10, no. 1, pp. 15-21, 2020.
14. Sutianto and Sudana, "Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data dengan SPSS," Penerbit Erlangga, 2018.
15. I. Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)," Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
16. A. Ferdinand, "Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen (5th ed.)," Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014.



17. W. N. Adam, W. S., dan E. S. Tarigan, "Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan kompetensi terhadap kinerja pada karyawan hotel niagara perapat," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, pp. 41-50, 2021.
18. S. Assauri, "Manajemen Pemasaran," Jakarta: Rajawali Pers, 2019.
19. I. Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi 4," Semarang: BP-UNDIP, 2019.
20. P. Kotler dan K. L. Keller, "Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1," Jakarta: Penerbit Erlangga, 2017.
21. P. Kotler and K. L. Keller, "Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.," Jakarta: PT. Indeks, 2017.
22. L. Kusuma et al., "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Citra Perusahaan," *JUMBO*, vol. 3, no. 2, pp. 2019.
23. Laila et al., "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel AHAS 0002 Semarang Honda Center," *Diponegoro Journal of Social and Politic*, Universitas Diponegoro, Semarang, 2019.
24. W. I. Putri, A. Ilmani, and S. R., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Citra Perusahaan Dalam Membangun Loyalitas Konsumen PT. KAI," *E-Journal Graduate Unpar*, vol. 1, no. 2, pp. 2019.
25. Saputra and Nurcaya, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Citra Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi," *E-Jurnal Manajemen Unud*, vol. 7, no. 12, pp. 2018.
26. W. A. Sunarjo, "Pengaruh Citra Perusahaan dalam Mempertahankan Eksistensi UMKM Pekalongan di Masa Pandemi Covid-19 dan Era New Normal," *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, vol. 10, no. 2, pp. 2021.
27. F. Tjiptono and G. Chandra, "Service Quality & Satisfaction," Yogyakarta: Andi, 2018.
28. F. Tjiptono, "Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)," Yogyakarta: Andi, 2018.