

PENGARUH PELAYANAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT PENGGUNA JASA ANGKUTAN LIMBAH MEDIS DI PT. SATALINDO MANDIRI BATAM

Samsul Hidayat¹, Yulia², R. Silvia Rica Lucinda³

samsulbida1@gmail.com, yuliaedwar2407@gmail.com, rajasilviaricalucinda@gmail.com

^{1,2,3,4} STIE Nagoya Indonesia

Informasi Artikel

Diterima : 24 Mei 2023
Direview : 24 Juli 2023
Disetujui : 30 Agus 2023

Kata Kunci

Pelayanan, *Brand Image*,
Minat Pengguna Jasa

Abstrak

Minat pengguna jasa layanan angkutan limbah medis merupakan variabel dependen yang diangkat dalam penelitian ini dengan membandingkan dengan variabel pelayanan dan *brand image* perusahaan jasa angkut limbah medis PT Satalindo Mandiri Batam. Dalam penelitian ini metode yang ditunakan adalah metode survey, dimana responden sebanyak 250 orang sebagai populasi dan ditarik sampel sebanyak 71 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen yang berbentuk angket (*quisioner*) dan instrumen dikalibrasi dengan menggunakan validitas butir dan koefisien reliabilitas. Validitas diuji dengan menggunakan *korelasi product moment*, sedangkan data penelitian dianalisis menggunakan teknik korelasi serta menggunakan persamaan regresi linier berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel pelayanan dan *brand image* terhadap minat pengguna jasa angkutan limbah medis yaitu sebesar 57,233%. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,627% artinya bahwa sebanyak 62,7% penelitian ini dipengaruhi oleh variabel pelayanan dan *brand iamge*, sementara sisanya 37,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Keywords

Service, Brand Image,
Interest Of Service Users

Abstract

The interest of users of medical waste transportation services is a dependent variable raised in this study by comparing with service variables and brand image of medical waste transport service company PT Satalindo Mandiri Batam. In this study, the metode that was conducted was a survey method, where respondents as many as 250 people as a population and a sample of 71 people were drawn. Data collection techniques using istrumen in the form of questionnaires (quisioners) and instruments are calibrated using grain validity and reliability coefficients. Validity is tested using product moment correlation, while research data is analyzed using correlation techniques and using multiple linear regression equations. The results of the study found that there was a positive and significant influence between service variables and brand image on the interests of users of medical waste transportation services, which was 57.233%. The correlation coefficient of 0.627% means that 62.7% of the study was influenced by service variables and iamge brands, while the remaining 37.3% was influenced by other variables that were not studied.

A. Pendahuluan

Dalam bidang bisnis menghadapi persaingan yang bebas maka syarat agar suatu perusahaan dapat sukses mengatasi persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan/konsumen. Dimana tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus dapat menghasilkan dan menyampaikan produk atau jasa yang diinginkan pelanggan/konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (Yulika et al., 2022). Menyadari akan kondisi persaingan seperti itu, maka perusahaan yang ada pada saat ini dalam meningkatkan eksistensi usahanya dan tetap bisa berkembang dengan baik, maka perusahaan mau tidak mau harus berorientasi kepada pelanggannya atau konsumennya. Orientasi inilah yang dijadikan pijakan dasar dalam menentukan tingkat pelayanan kepada pelanggan/konsumen, sehingga perusahaan memiliki kemampuan untuk selalu tetap eksis dan berkembang.

Sejalan dengan hal tersebut, perusahaan penyedia layanan jasa angkutan limbah medis melakukan terobosan baru dibidang jasa angkutan limbah medis dengan adanya regulasi dan kebijakan pemerintah setempat atas tersedianya jasa angkutan yang memadai, melayani masyarakat, dan melakukan terobosan di bidang kualitas (mutu) pelayanan kepada masyarakat (Sunawan et al., 2022). Hal demikian membuat adanya persaingan antar pemilik layanan jasa angkutan limbah medis di Kota Batam, dan kemudian menjadikan perusahaan lebih berbenah diri lagi untuk menghadapi persaingan tersebut. Hal ini berdampak munculnya strategi peningkatan pelayanan terhadap pelanggan/konsumen dan masyarakat pengguna jasa angkutan limbah medis yang ada di Kota Batam.

Dari data Dinas Lingkungan Hidup Kota Batam terhadap limbah medis yang ada berjumlah 20% saja di mana selebihnya adalah limbah domestik. Tentang persyaratan kesehatan di lingkungan rumah sakit didasarkan pada keputusan Menteri Kesehatan Nomor 1204 yang menjelaskan bahwa limbah medis pada adalah limbah padat yang terdiri dari limbah infeksius, limbah kimawi, limbah radioaktif, limbah kontainer bertekanan dan limbah dengan kandungan logam berat (Kemenkes RI No.1204/Menkes/SK/X/2004).

Sebagai daerah industri dan pariwisata di Kota Batam, banyaknya bermunculan layanan masyarakat berupa pelayanan dibidang kesehatan, maka bermunculan pula rumah-rumah sakit dan jasa klinik kesehatan, yang semuanya dalam rangka ikut serta membantu pemerintah dalam bidang penanganan kesehatan masyarakat. Hal ini berdampak pula adanya penanganan masalah amdal dari limbah yang dihasilkan rumah sakit dan klinik tersebut. Kemunculan ini jika tidak diimbangi dengan tingkat pelayanan dari perusahaan layanan jasa angkutan limbah medis maka akan memicu munculnya persoalan kesehatan di masyarakat atas tidak tertanganinya dengan baik persoalan amdal tersebut. Karena itu munculnya persoalan baru terhadap faktor lingkungan dengan limbah medis ini menjadikan peluang bagi perusahaan-perusahaan layanan jasa angkutan limbah medis untuk berperan serta memberikan layanan jasa angkutan limbah medis dengan mengedepankan kualitas pelayanan terhadap masyarakat. Sehingga untuk itu, diperlukan suatu studi tentang strategi dengan menghadirkan suatu dimensi kualitas serta citra perusahaan layanan jasa angkutan limbah medis terhadap kemampuannya mengatasi persoalan limbah di Kota Batam (Rouly Manurung et al., 2022).

Dalam memahami keinginan pelanggan/konsumen tentu tidak mudah karena pelanggan/konsumen mempunyai sifat yang berbeda-beda sebagaimana dari kebutuhan manusia yang tidak terbatas disamping dipengaruhi oleh kondisi eksternal dan internal lainnya yang berakibat langsung terhadap pengguna layanan jasa angkutan limbah medis tersebut. Masyarakat atau perusahaan pengguna akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan mutu pelayanan yang terbaik kepadanya, sehingga penanganan layanan jasa angkutan limbah medis begitu tinggi (Pramanita et al., 2022).

Terciptanya kualitas tentunya menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan jasa angkutan limbah medis. Kualitas ini pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dengan pelanggan/konsumen, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya kesetiaan pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut. Persoalan kepuasan masyarakat atas pelayanan dari para pengguna jasa layanan tersebut adalah persoalan kepuasan yang menjadi sebuah deskripsi dan keyakinan masyarakat atau pengguna atau pelanggan terhadap nama perusahaan (*brand image*) dengan melihat dari keyakinan dan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan jasa angkutan limbah medis yang ada di Kota Batam tersebut. Karena persepsi masyarakat/pelanggan terhadap perusahaan jasa angkutan limbah medis adalah persepsi *brand* atau merk dagang perusahaan, yang digambarkan dari merk tersebut melalui kata sifat (*adjective*), kata keterangan (*adverb*) atau frase (*phrase*). Dimana *brand* atau nama atau merek dagang perusahaan memiliki dua komponen yaitu asosiasi *merk* dan *brand personal*. Menurut Kotler (2002:215) bahwa citra merk merupakan syarat dari merk yang kuat dan citra adalah persepsi yang relative konsisten dalam jangka panjang. Jadi tidak mudah untuk membentuk citra sehingga bila terbentuk akan sulit untuk mengubahnya. Citra yang dibentuk harus jelas dan memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan pesaingnya (Ahmad Tjahjono, 2003). Berkenaan dengan persoalan yang telah disebutkan tersebut, maka persoalan dimensi kualitas dan *brand* atau nama dagang perusahaan layanan jasa angkutan limbah medis merupakan persoalan yang diangkat untuk dilihat secara lebih detil hubungan dan pengaruh yang ada untuk kemudian dianalisis menjadi sebuah strategi pelayanan yang dapat diberikan dan dengan melakukan penelitian yang *komprehensif* menjelaskan semua variabel yang ada dan memberikan kesimpulan dari variabel-variabel tersebut.

Persoalan jasa angkut limbah medis adalah persoalan yang menjadi bahan penelitian ini untuk dilakukan penanganan dengan memberikan sejumlah alternatif judul untuk memudahkan penelitian. Hal yang menjadi dasar penelitian ini adalah mengungkapkan bagaimana persoalan layanan jasa angkutan limbah medis ini menjadi sebuah kajian ilmiah untuk memberikan solusi dan jalan adanya faktor pelayanan yang diberikan perusahaan jasa tersebut.

B. Metode Penelitian

1. Variabel Penelitian

Sedangkan variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif diidentifikasi sebagai berikut:

- 1) Variabel X₁ (Pelayanan)

Variabel ini disebut dengan variabel bebas (*independent, stimulus, predictor, antecedent*). Yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *independent*. Adapun variabel X_1 yaitu variabel pelayanan.

2) Variabel X_2 (*Brand Image*)

Variabel ini disebut dengan variabel bebas (*independent, stimulus, predictor, antecedent*). Yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *independent*.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

1) Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini responden (orang) yang akan diminta untuk memberikan jawaban pada kuisioner dan memberikan informasi untuk dijadikan masukan dalam penelitian. Adapun subyek penelitian ini adalah para pengguna jasa angkutan limbah medis di beberapa klinik dan perusahaan yang ada di Kota Batam.

2) Obyek Penelitian

Adapun obyek penelitian ini adalah PT Satalindo Mandiri Batam Batam dengan melihat variabel pelayanan dan *brand image* terhadap minat pengguna jasa angkutan limbah medis di Kota Batam.

3. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data terdiri dari teknik pengumpulan data dan alat pengumpulan data yang digunakan (Maghfiroh et al., 2022) yaitu sebagai berikut:

- 1) Kuisioner, yaitu pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada para responden dan meminta tanggapan mereka atas pertanyaan yang diajukan. Kuisioner ini disebar kepada responden yang menggunakan jasa angkut limbah medis.
- 2) Wawancara, yaitu pengungkapan data dengan cara mengadakan tanya jawab terhadap responden guna melengkapi dan mempertanyakan data yang diperoleh melalui kuisioner. Data wawancara ini sebagai pelengkap dalam ruang lingkup penelitian.
- 3) Dokumentasi, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari bahan-bahan yang tertulis yang ada di lokasi penelitian maupun perpustakaan.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

1) Analisis Data Penelitian

a) Uji Asumsi Penelitian

Adapun uji asumsi yang digunakan adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari uji Normalitas, uji Multikolonieritas dan uji Heteroskedastisitas. Masing- masing uji digunakan untuk kemudian dianalisis menjadi hasil penelitian (Hartati Lisa et al., 2022). Adapun uraian uji asumsi klasik dijelaskan sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal atau tidak. Model yang paling baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka

model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Hasibuan et al., 2022).

Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized residual atau dengan uji One Sample Kolmogorov Smirnov (Akmalia et al., 2022).

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	.98561076
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.114
	Negative	-.131
Kolmogorov-Smirnov Z		1.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.178

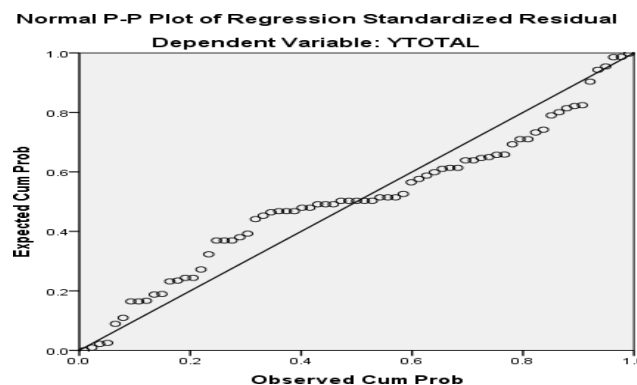
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS (lampiran)

Dari output data normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) sebesar 0,178. Karena signifikansi lebih dari 0,05 ($0,178 > 0,05$) maka nilai residual tersebut telah normal. Data yang baik adalah data yang memiliki distribusi normal yaitu memiliki pola yang mendekati garis diagonal. Dengan kata lain jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Adapun grafik distribusi normal dapat dijelaskan pada gambar berikut:



Gambar 1. Grafik Distribusi Normal

Sumber: Output SPSS (lampiran)

2) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dipergunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemampuan dengan variabel independen lain dalam satu model yang dapat menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara variabel independen tersebut. Deteksi multikolonieritas pada suatu model dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) tidak lebih dari 5 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolonieritas, sedangkan jika VIF lebih besar dari 5 maka diduga mempunyai persoalan multikolonieritas. Caranya adalah dengan melihat nilai masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF kurang dari 10 menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolonieritas, artinya tidak terhadap hubungan antara variabel bebas (Purna et al., 2022).

Tabel 2. Hasil Uji Multikolonieritas

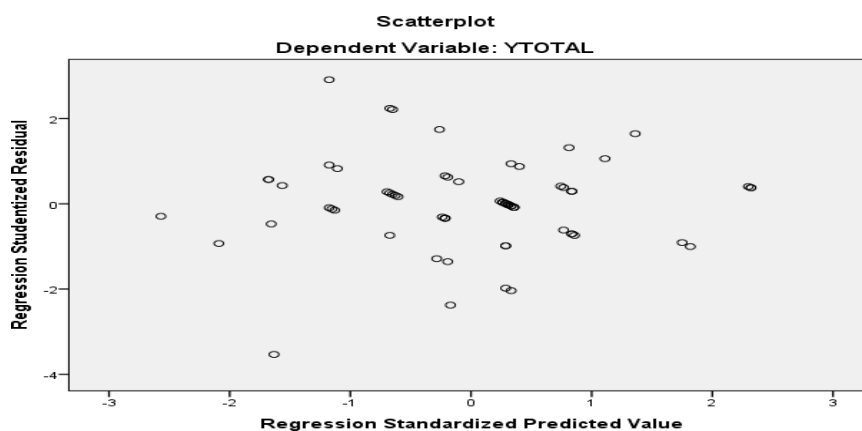
Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Pelayanan	.320	.060	.037	.870	1.149
	Brand Image	.791	.765	.725	.870	1.149

Sumber: Output SPSS (lampiran)

Dari data tabel tersebut diketahui bahwa hasil uji multikolonieritas adalah toleransi $0,870 < 1 < VIF$ $1,149 < 10$. Dengan demikian tidak terjadi multikolonieritas dari data tersebut.

3) Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Pramanita et al., 2022). Uji ini diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala ini. Untuk melakukan uji tersebut ada beberapa metode yang digunakan.



Gambar 2. Diagram Scatterplot Minat Pengguna Jasa Layanan

Dari output Gambar 2 diketahui bahwa jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola teratur (gelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. Tapi jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari uji f, uji t, uji R² dan uji Regresi. Adapun dari hasil uji f didapat data pengujian yang dihasilkan dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji f

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	Sig.
1	Regression	118.397	2	59.198	57.233
	Residual	70.335	68	1.034	
	Total	188.732	70		
a. Dependent Variable: YTOTAL					
b. Predictors: (Constant), X2TOTAL, X1TOTAL					

Sumber: Output SPSS (lampiran)

Pengujian hipotesis pertama dengan $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai $F_{hitung} = 57,233$ sedangkan nilai $F_{tabel} = 3,885$. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$, dan probabilitas (sig) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna jasa angkutan limbah medis di Kota Batam.

Adapun dari hasil uji t didapat data pengujian yang dihasilkan dijelaskan pada Tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.414	1.278		1.106	.272
	X1TOTAL	.030	.060	.039	.496	.621
	X2TOTAL	.624	.064	.777	9.790	.000

a. Dependent Variable: YTOTAL

Sumber: Output SPSS (lampiran)

Hasil pengujian variabel bebas pelayanan dan *brand image* terhadap minat pengguna jasa angkutan limbah medis dapat dijelaskan sebagai berikut

1. Pelayanan (X_1) ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,496 lebih kecil dari $t_{tabel} = 2,178$ yang berarti tidak signifikan terhadap minat pengguna jasa angkutan limbah medis, dan nilai signifikansi 0,621 lebih

besar dari 0,05. Dengan demikian H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat jasa pengguna angkutan limbah medis.

2. *Brand image* (X_2) ditunjukkan dengan nilai dengan nilai t_{hitung} sebesar 9,790 lebih besar dari $t_{tabel} = 2,178$ yang berarti signifikan terhadap minat pengguna angkutan limbah medis, dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna jasa angkutan limbah medis.

Adapun dari hasil uji R^2 (*square*) didapat data pengujian yang dihasilkan dijelaskan pada Tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.79 2 ^a	.62 7	.616	1.0170 3
a. Predictors: (Constant), X2TOTAL, X1TOTAL				
b. Dependent Variable: YTOTAL				

Sumber: Output SPSS (lampiran)

Dari hasil uji R^2 menunjukkan koefisien determinasi dimana nilai R^2 sebesar 0,627 yang berarti bahwa sumbangan pengaruh variabel pelayanan dan *brand image* sebesar 62,7%, sedangkan sisanya 37,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Regresi dengan menggunakan persamaan umum dari uji regresi sebagaimana telah disebutkan dalam bab metodologi penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Korelasi

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1.414	1.278	
	X1TOTAL	.030	.060	.039
	X2TOTAL	.624	.064	.777

Sumber: Output SPSS (lampiran)

$$Y = 1,414 + 0,030 X_1 + 0,624 X_2$$

Nilai Konstanta sebesar 1,414 menunjukkan nilai variabel minat pengguna jasa angkutan limbah medis jika tidak ada pengaruh variabel pelayanan dan *brand image*.

Nilai koefisien regresi variabel pelayanan diperoleh sebesar 0,030 menunjukkan besarnya pengaruh variabel ini terhadap minat pengguna jasa angkutan limbah medis, dimana pengaruhnya positif (searah) artinya semakin meningkat pelayanan yang diterapkan perusahaan akan menyebabkan semakin tinggi minat pengguna jasa angkutan limbah medis dan sebaliknya.

Sedangkan nilai koefisien regresi variabel *brand image* sebesar 0,624 menunjukkan besarnya pengaruh variabel *brand image* terhadap minat pengguna jasa angkutan limbah medis dan pengaruhnya positif (searah). Artinya semakin tinggi *brand image* akan menyebabkan semakin tinggi minat pengguna jasa angkutan limbah medis dan sebaliknya.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa variabel pelayanan memperoleh nilai koefisien regresinya sebesar 0,030, artinya semakin meningkat pelayanan yang diterapkan perusahaan akan menyebabkan semakin tinggi minat pengguna jasa angkutan limbah medis dan sebaliknya (Azwar S, 2005).

Dari hasil uji secara parsial variabel pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan karena nilai t_{hitung} sebesar 0,496 lebih kecil dari $t_{tabel} = 2,178$ dan nilai signifikansi 0,621 lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan tidak menunjukkan nilai yang baik bagi pengguna jasa angkutan limbah medis. Walaupun secara bersama-sama memiliki tingkat signifikansi yang baik tapi secara parsial masih memerlukan penanganan yang lebih baik lagi untuk mendapatkan hasil yang baik. seperti diperlukannya dimensi kualitas pelayanan seperti kepercayaan, empati, jaminan dan kualitas pelayanan itu sendiri, sehingga penerapannya di lapangan akan memberikan dampak yang baik buat perusahaan.

Berdasarkan hasil uji dalam penelitian tersebut dapat dijelaskan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna jasa angkutan limbah medis dengan nilai koefisien sebesar 0,624, artinya jika variabel *brand image* ditingkatkan satu satuan maka minat pengguna jasa angkutan limbah medis akan meningkat dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya adalah konstan.

D. Simpulan

Berdasarkan hasil uji dan analisis pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal tidak adanya pengaruh pelayanan terhadap minat pengguna jasa angkutan limbah medis karena nilai signifikansi dari variabel pelayanan terhadap minat pengguna jasa angkutan limbah medis PT Satalindo Mandiri Batam adalah lebih kecil dari dari nilai t_{tabel} nya ($0,496 < 2,178$), hal ini disebabkan besarnya pengaruh variabel ini terhadap minat pengguna jasa angkutan limbah medis yang belum dianggap memuaskan dimata responden. Adanya pengaruh *brand image* terhadap minat pengguna jasa angkutan limbah

medis karena nilai signifikansi dari variabel *brand image* adalah lebih besar nilai t_{tabel} nya ($9,790 > 2,178$), hal ini disebabkan jawaban responden yang menilai persetujuan item dalam butir pertanyaan cukup besar sehingga tingkat signifikansi juga dianggap signifikan. Adanya pengaruh secara bersama-sama kedua variabel independent karena nilai signifikansi untuk kedua variabel secara bersama-sama memperoleh nilai yang baik, hal ini terlihat dari nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} nya ($57,233 > 3,885$) dan probabilitas (sig) lebih kecil dari α - nya. Jadi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan.

E. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada pihak perguruan tinggi STIE Nagoya Indonesia dan Direktur PT. Satalindo Mandiri Batam yang membantu selama penelitian.

F. Referensi

- Ahmad Tjahjono. *Perpajakan Indonesia*, Penerbit PT. Grafindo Persada, Jakarta 2003.
- Azwar. S. *SPSS Olah Data Statistik*. Penerbit PT. Elex Media Computindo. Gramedia. Jakarta 2005.
- Akmalia, N., Iqbal Yusuf Conoras, M., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Pengalaman Kerja, Pengetahuan Dan Kemampuan Terhadap Kinerja Karyawan Di Hotel Golden Bay Batam Tahun 2021. In *Journal of Management and Accounting (JMA)* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Hartati Lisa, S., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Hotel Da Viena Boutique Di Kota Batam. In *Journal of Management and Accounting (JMA)* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Hasibuan, A., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi, Dan Kompetensi Terhadap Produktifitas Karyawan Di PT. PCI Elektronik Internasional. In *Journal of Management and Accounting (JMA)* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Maghfiroh, S., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Pemberian Insentif Terhadap Peningkatan Prestasi Kerja Karyawan Pada Hotel Golden Bay Batam. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 1(1), 1–10. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Pramanita, N., Iqbal Yusuf Conoras, M., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi Dan Komitmen Organisasional Terhadap Karyawan PT. Triusula Adijaya Batam Tahun 2022. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 1(2), 36–47. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Purna, B., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Sumber Marine Shipyard Batam. In *Journal of Management and Accounting (JMA)* (Vol. 1, Issue 2). <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Rouly Manurung, C., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Analisis Perhitungan Rasio Keuangan Terhadap Laporan Keuangan Pada Masa Covid-2019 Di PT. Fast Food Indonesia, Tbk Periode 2019-2021. In *Journal of Management and Accounting*

- (JMA) (Vol. 1, Issue 2).
<http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Sunawan, S., Jazuli, J., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Golden Bay Kota Batam Tahun 2022. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 1(2), 55.
<http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Yulika, L., Efendi, R., & Yulia, Y. (2022). Analisis Penerapan Sistem Pembayaran Honor Untuk Pegawai Yang Melakukan Kegiatan Pada Pusat Pengembangan Bahasa (P2B) UIN Suska Riau. In *Journal of Management and Accounting (JMA)* (Vol. 1, Issue 2). <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>