

ABSTRAK

MOH. GISAL AL GIFFARI, 20111017

PENGARUH SERVICE ORIENTATION TERHADAP IMAGE PERUSAHAAN DIMEDIASI KEPUASAN PENUMPANG PADA PERUSAHAAN PT SUMEKAR, SUMENEP

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2024

Kata Kunci : Service Orientation, Image Perusahaan, Kepuasan Penumpang

Penelitian ini bertujuan untuk memutuskan dan membedah pengaruh service orientation terhadap image perusahaan melalui kepuasan penumpang di perusahaan PT Sumekar. Eksekusi mengacu pada service orientation. Dengan mensurvei pengguna jasa Transportasi Laut PT Sumekar yaitu kepuasan penumpang.

Hasil penelitian menyatakan variable nilai hubungan variable Service Orientation dan Kepuasan Penumpang menunjukkan nilai t-statistic $354.060 > 1,96$ yang artinya signifikan dan menunjukkan nilai p-value dibawah 0,05 yang artinya signifikan. Dan nilai hubungan variable Kepuasan Penumpang dan Citra Perusahaan menunjukkan nilai t-statistic $3.543 > 1,96$ yang artinya signifikan dan menunjukkan nilai p-value dibawah 0,05 yang artinya signifikan. Selanjutnya nilai hubungan variable Service Orientation dan Citra Perusahaan menunjukkan nilai t-statistic $62.663 > 1,96$ yang artinya signifikan dan menunjukkan nilai p-value dibawah 0,05 yang artinya signifikan. Dan yang terakhir nilai hubungan service orientation berpengaruh terhadap citra perusahaan melalui kepuasan penumpang. Dapat dilihat dari nilai Dalam uji hipotesis menunjukkan bahwa service orientation berpengaruh terhadap citra perusahaan melalui kepuasan penumpang sebesar 3,575. Nilai P Value sebesar $0.000 \leq 0,05$ yang artinya service orientation berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan melalui kepuasan penumpang.