

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas yang dimediasi Kepuasan Peserta Pelatihan pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY**

**Wajiyono\*, Widhy Tri Astuti, Wisnalmawati**

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

\*Correspondence: wajiyono@gmail.com

### **ABSTRAK.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas dan Kepuasan peserta pelatihan di Badan Pendidikan dan Pelatihan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), serta pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas peserta pelatihan, dan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan peserta. Penelitian ini menggunakan metode eksplanatori dengan survei, dilakukan pada bulan Maret 2024. Sampel yang diambil sebanyak 160 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS), sesuai dengan pendapat Sekaran (2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas dan Kepuasan peserta pelatihan, Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan peserta pelatihan di Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas, Partial Least Square (PLS), Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY

### **ABSTRACT.**

*This research aims to analyze the influence of Service Quality on the Loyalty and Satisfaction of trainees at the Yogyakarta Special Region Education and Training Agency (DIY), as well as the influence of Satisfaction on trainee Loyalty, and the influence of Service Quality on Loyalty through participant Satisfaction. This research uses an explanatory method with a survey, conducted in March 2024. The sample taken was 160 respondents. The data collection technique uses a questionnaire, and data analysis uses Partial Least Square (PLS), in accordance with the opinion of Sekaran (2015). The research results show that Service Quality has a significant effect on Loyalty and Satisfaction of training participants, Satisfaction has a significant effect on Loyalty, and Service Quality has a significant effect on Loyalty through Satisfaction of training participants at the DIY Education and Training Agency.*

**Keywords:** *Service Quality, Satisfaction, Loyalty, Partial Least Square (PLS), DIY Education and Training Agency*

### **PENDAHULUAN**

Badan Pendidikan dan Pelatihan Daerah Istimewa Yogyakarta tercatat sebagai salah satu lembaga pelatihan terakreditasi di Indonesia yang mempunyai komitmen tinggi dalam menjaga kualitas pelayanan sesuai dengan Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 102 Tahun 2022 Tanggal 30 Desember 2022 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Badan Pendidikan dan Pelatihan yang mengedepankan mutu dan kualitas, Badan Pendidikan dan Pelatihan Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai visi menjadi Lembaga Diklat yang unggul, inovatif dan terpercaya, memiliki komitmen meningkatkan kualitas pendidikan dan pelatihan serta meningkatkan pengembangan dan jejaring kediklatan.

Sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2020 tentang Manajemen Pegawai Negeri Sipil, setiap pegawai negeri sipil (ASN) diwajibkan mendapat kelas pengembangan kompetensi sebanyak 20 jam setiap tahunnya. Mengingat kondisi institusi akademik dan infrastruktur di Badan Diklat DIY saat ini terkait dengan persyaratan penyelenggaraan diklat, terlihat bahwa hal tersebut belum memadai. Untuk memenuhi Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2020, perlu ditetapkan sistem, organisasi, dan strategi peningkatan kompetensi sumber daya manusia. Inisiatif ini harus memprioritaskan pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan fleksibilitas dan aksesibilitas,

memungkinkan pengembangan pengetahuan, keterampilan, dan sikap perilaku.

Lebih jauh lagi, mengingat keadaan saat ini, pengembangan pendekatan pelatihan yang berorientasi pada pembelajaran cerdas adalah hal yang penting untuk terus dilakukan. Pentingnya peningkatan infrastruktur, sumber daya manusia, dan teknologi informasi sangat penting untuk memfasilitasi pelatihan berorientasi pembelajaran cerdas.

Sementara itu, kebutuhan organisasi mengharuskan terciptanya tenaga kerja terampil dan mahir yang dikembangkan melalui pelatihan komprehensif yang mencakup aspek teknis, fungsional, dan struktural. Keterbatasan yang diberlakukan oleh kabupaten/kota dalam penyelenggaraan pelatihan memberikan peluang bagi Diklat DIY untuk meningkatkan pelatihan yang diberikan.

Program pelatihan tersebut meliputi Diklat Dasar CPNS, Diklat Kepemimpinan Administrator, Diklat Kepemimpinan Pengawas, dan Diklat Kepemimpinan Nasional Tingkat II. Selain itu, Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY akan memperluas penawarannya dengan mencakup pelatihan teknis, fungsional, dan sosial budaya selain pelatihan pada level yang ada saat ini. Hal ini akan memungkinkan kabupaten/kota dan daerah/lembaga lain yang berminat bermitra dengan lembaga tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelatihannya. Oleh karena itu, Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY berkomitmen untuk meningkatkan infrastruktur pendukung, fasilitas pelatihan, dan tenaga akademik.

Mayoritas kabupaten dan kota belum mempunyai jaminan mutu pendidikan dan pelatihan. Kebutuhan akan pendidikan dan pelatihan berkualitas tinggi di masa perubahan birokrasi saat ini tidak dapat disangkal, karena hal ini sejalan dengan kebutuhan masyarakat akan sumber daya profesional yang unggul. Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY dapat meningkatkan layanan pelatihannya dengan memanfaatkan akreditasi yang ada pada berbagai program, antara lain Diklat Dasar CPNS, Diklat Kepemimpinan Administrator, Diklat Kepemimpinan Pengawas, Diklat Kepemimpinan Nasional Tingkat II, dan Diklat Teknis Pengadaan Barang dan Jasa.

Belum memadainya pemanfaatan teknologi informasi dalam penyelenggaraan pelatihan di kabupaten/kota memberikan peluang bagi Dinas Pendidikan dan Pelatihan DIY untuk meningkatkan layanan pelatihannya. Badan Diklat DIY saat ini memanfaatkan program IMT (Pelatihan Manajemen Terpadu) untuk mengefektifkan pengelolaan pelatihan dan meningkatkan pelayanan melalui sistem layanan E-office. Selain itu, Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY secara aktif berupaya meningkatkan platform E-learning untuk menjawab tuntutan yang timbul dari meningkatnya beban kerja peserta pelatihan. Hal ini akan memungkinkan pelatihan dilakukan secara jarak jauh dan online.

Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam mencapai kebahagiaan pelanggan. Layanan berkualitas tinggi kemungkinan besar akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih besar di antara mereka yang memanfaatkan layanan perusahaan. Tingkat kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan puas dengan nilai yang mereka terima dan memiliki respons emosional yang baik terhadap layanan, mereka cenderung menunjukkan loyalitas yang kuat terhadap organisasi (Solikha, et. al, 2020).

Kepuasan pelanggan, sebagaimana didefinisikan oleh Kotler et al. (2022), merupakan representasi singkat dari kondisi psikologis yang muncul ketika emosi terkait ekspektasi yang tidak terpenuhi digabungkan dengan sentimen pelanggan sebelumnya mengenai pengalaman mereka dengan suatu bisnis. Kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam pengembangan loyalitas konsumen. Hubungan antara kebahagiaan pelanggan sebagai pengguna jasa dengan loyalitas konsumen bersifat asimetris. Dalam studi Nguyen (2021), loyalitas didefinisikan sebagai perilaku pembelian yang konsisten dan disengaja yang ditunjukkan selama periode waktu tertentu oleh entitas pengambil keputusan tertentu. Loyalitas dapat didefinisikan sebagai perilaku konsisten dari unit pengambil keputusan untuk berulang kali memperoleh barang atau jasa dari organisasi tertentu.

Memastikan loyalitas di antara penyedia layanan lembaga pelatihan sangat penting untuk keberlanjutan jangka panjang. Tingginya tingkat retensi suatu lembaga pelatihan biasanya disebabkan oleh basis pelanggan setianya. Loyalitas merek yang dikembangkan oleh penyedia jasa juga dapat menimbulkan loyalitas pelanggan terhadap layanan online. Seiring waktu, klien yang mengembangkan ikatan emosional dengan perusahaan cenderung menunjukkan lebih banyak loyalitas (Quarter, et. al., 2021). Intinya, setiap konsumen yang puas tidak hanya meningkatkan profitabilitas organisasi tetapi juga meningkatkan hubungan.

Peneliti sebelumnya telah meneliti loyalitas konsumen dan kepuasan pelanggan sebagai topik penelitian di banyak sektor jasa. Penelitian yang dilakukan oleh Rofiah, et. Al. (2017) pada Bank

Muamalat Jombang mengungkapkan bahwa loyalitas nasabah dapat dicapai dengan menjamin kebahagiaan nasabah dan memberikan layanan berkualitas tinggi. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Verriana, et. Al. (2017) di Universitas NU Surabaya menemukan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang kuat dan positif terhadap loyalitas mahasiswa yang dimediasi oleh variabel kepuasan. Subawa dkk. (2020) melakukan penelitian pada Lila Tour and Travel Bali yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang kuat dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya baik kualitas pelayanan maupun kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian tambahan yang dilakukan oleh Lestari, et. Al. (2023) tentang PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali menunjukkan korelasi positif antara kualitas layanan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Studi ini menemukan bahwa ketika kualitas layanan meningkat, tingkat kepuasan dan loyalitas di antara pengguna layanan meningkat. Penelitian tambahan yang dilakukan oleh Dewi, et. Al. (2023), di Kantor Notaris Ni Kade Arini dan PPAT, menunjukkan bahwa mempertahankan dan meningkatkan loyalitas klien memerlukan usaha ekstra. Parvati, dkk. Al. (2023), melakukan penelitian di Jambe Asri ATV Batubulan Gianyar di Bali yang menunjukkan bahwa kebahagiaan pelanggan memainkan fungsi mediasi dalam dampak parsial kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Bermula dari latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada sektor jasa lembaga pelatihan, yakni di Badan Pendidikan dan Pelatihan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai salah satu lembaga penyelenggara pelatihan terakreditasi di Indonesia.

## METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian eksplanatori dengan menggunakan metodologi survei. Penelitian dilakukan di Badan Pendidikan dan Pelatihan Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian dilakukan pada bulan Maret 2024. Menurut Hair et al. (2013), jumlah minimum sampel yang diperlukan agar suatu uji data memiliki kekuatan statistik yang memadai adalah lima hingga sepuluh kali lipat jumlah parameter atau indikator yang dianalisis. Penelitian ini menganalisis total 32 indikator. Investigasi melibatkan ukuran sampel 160 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai metodologi pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Partial Least Square (PLS).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Outer Model*

#### *Convergent Validity*

*Convergent validity* dievaluasi melalui nilai outer loading pada variabel laten yang berkaitan dengan indikator. Pada fase penelitian ini, nilai korelasi yang melebihi 0,70 dianggap memadai. Berikut adalah hasil outer loading yang diperoleh dalam penelitian ini:

**Tabel 1 : Outer Loading**

Variabel	Item	Outer Loading	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan	KP1	0.701	>0,7	Valid
	KP2	0.791	>0,7	Valid
	KP3	0.876	>0,7	Valid
	KP4	0.882	>0,7	Valid
	KP5	0.831	>0,7	Valid
	KP6	0.879	>0,7	Valid
	KP7	0.839	>0,7	Valid
	KP8	0.848	>0,7	Valid
	KP9	0.760	>0,7	Valid
	KP10	0.855	>0,7	Valid
	KP11	0.828	>0,7	Valid
	KP12	0.695	>0,7	Valid
	KP13	0.772	>0,7	Valid
	KP14	0.796	>0,7	Valid
	KP15	0.712	>0,7	Valid
	KP16	0.839	>0,7	Valid
	KP17	0.848	>0,7	Valid
	KP18	0.883	>0,7	Valid

	KP19	0.881	>0,7	Valid
	KP20	0.781	>0,7	Valid
Kepuasan Peserta	K1	0.929	>0,7	Valid
	K2	0.946	>0,7	Valid
	K3	0.732	>0,7	Valid
	K4	0.964	>0,7	Valid
	K5	0.895	>0,7	Valid
	K6	0.822	>0,7	Valid
	K7	0.856	>0,7	Valid
Loyalitas	L1	0.891	>0,7	Valid
	L2	0.942	>0,7	Valid
	L3	0.933	>0,7	Valid
	L4	0.882	>0,7	Valid
	L5	0.887	>0,7	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa nilai *outer loading* ketiga variabel > 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang mengukur variabel tidak perlu dihilangkan.

#### Discriminant Validity

Nilai ini merupakan *cross-loading factor* yang bermanfaat dalam mengevaluasi apakah variabel memiliki kemampuan diskriminan yang memadai. Setiap nilai *cross-loading* dari setiap indikator dalam variabelnya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *cross-loading* dari indikator variabel lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa uji penelitian menunjukkan validitas diskriminan yang baik, sehingga dapat dianggap layak digunakan untuk penelitian dan analisis lebih lanjut (Ghozali, 2021).

**Tabel 2 : Cross Loading Factor**

Item	Kualitas Pelayanan	Loyalitas Peserta	Kepuasan Peserta
KP1	<b>0.594</b>	0.594	0.630
KP2	<b>0.610</b>	0.610	0.573
KP3	<b>0.754</b>	0.754	0.665
KP4	<b>0.771</b>	0.771	0.699
KP5	<b>0.717</b>	0.717	0.724
KP6	<b>0.734</b>	0.734	0.697
KP7	<b>0.758</b>	0.758	0.715
KP8	<b>0.704</b>	0.704	0.632
KP9	<b>0.682</b>	0.682	0.646
KP10	<b>0.679</b>	0.679	0.670
KP11	<b>0.698</b>	0.698	0.636
KP12	<b>0.600</b>	0.600	0.664
KP13	<b>0.695</b>	0.695	0.606
KP14	<b>0.696</b>	0.696	0.640
KP15	<b>0.578</b>	0.578	0.558
KP16	<b>0.710</b>	0.710	0.649
KP17	<b>0.690</b>	0.690	0.638
KP18	<b>0.726</b>	0.726	0.707
KP19	<b>0.726</b>	0.726	0.684
KP20	<b>0.646</b>	0.646	0.562
K1	0.792	<b>0.742</b>	0.929
K2	0.780	<b>0.798</b>	0.946
K3	-0.077	<b>0.528</b>	-0.332
K4	0.023	<b>0.641</b>	-0.164
K5	0.011	<b>0.740</b>	-0.195
K6	-0.130	<b>0.615</b>	-0.322
K7	-0.058	<b>0.833</b>	-0.256
L1	0.740	0.891	<b>0.681</b>
L2	0.783	0.942	<b>0.752</b>
L3	0.809	0.933	<b>0.792</b>
L4	0.738	0.882	<b>0.704</b>
L5	0.765	0.887	<b>0.698</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Nilai beban silang (*cross-loading*) dari setiap indikator dalam variabelnya masing-masing

melebihi nilai beban silang indikator dari variable lain. Hal ini menandakan bahwa uji penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang kuat, sehingga cocok untuk digunakan dalam penelitian dan analisis lebih lanjut.

#### Average Variance Extracted (AVE)

Selain memeriksa cross loading, validitas juga bisa dievaluasi melalui metode lain, yakni dengan menganalisis *Average Variance Extracted* (AVE). AVE digunakan sebagai indikator uji konvergensi validitas dari indikator pada tingkat konstruksinya. AVE mengukur proporsi variasi yang dapat dijelaskan oleh konstruk, dibandingkan dengan variasi yang berasal dari kesalahan pengukuran. Sebuah nilai AVE yang dianggap baik adalah  $> 0,5$ , seperti yang dijelaskan oleh (Ghozali, 2021).

**Tabel Tabel 3 : Average Variance Extracted (AVE)**

Variabel	Kriteria	AVE
Kualitas Pelayanan	$>0,5$	0.560
Kepuasan Peserta	$>0,5$	0.668
Loyalitas Peserta	$>0,5$	0.823

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel Tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai AVE melebihi 0,5, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel memiliki validitas yang memadai dan dapat digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

#### Composite Reliability

*Composite reliability* merupakan ukuran dari konsistensi internal dalam item skala. Keandalan konstruk dianggap terpenuhi jika nilai *composite reliability* dan Cronbach's alpha lebih dari 0,70. *Composite reliability* 0,60 – 0,70 masih dapat diterima dalam *exploratory research* (Ghozali, 2021).

**Tabel 4 : Composite Reliability**

Variabel	Kriteria	Composite Reliability
Kualitas pelayanan	$>0,7$	0.756
Kepuasan peserta	$>0,7$	0.976
Loyalitas peserta	$>0,7$	0.959

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai *Composite Reliability* dari masing-masing variabel melebihi 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

#### Cronbach's Alpha

Untuk memperkuat hasil uji reliabilitas, Cronbach's alpha digunakan untuk menilai seberapa baik item-item dalam kuesioner mengukur konstruk yang sama. Dalam penelitian *konfirmasi*, digunakan nilai Cronbach's alpha yang lebih besar dari 0,70, sementara pada penelitian *eksploratori*, nilai Cronbach's alpha yang berada di rentang 0,60 hingga 0,70 masih dianggap dapat diterima (Ghozali, 2021).

**Tabel 5 : Cronbach's Alpha**

Variabel	Kriteria	Cronbach's alpha
Kualitas pelayanan	$>0,7$	0.730
Kepuasan peserta	$>0,7$	0.973
Loyalitas peserta	$>0,7$	0.946

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 5, terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel melebihi 0,7, yang mengindikasikan bahwa setiap variabel dianggap dapat diandalkan dan layak digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

### Inner Model

#### R-Square

Pengujian model struktural dilakukan melalui analisis nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebagai parameter untuk mengukur tingkat kesesuaian model (goodness-of-fit). Informasi mengenai nilai  $R^2$  pada laporan Algoritma PLS dapat diakses dengan memilih R Square (Ghozali, 2021). Penggunaan nilai  $R^2$  bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel endogen dipengaruhi oleh variabel lainnya, dengan klasifikasi nilai  $R^2$  sebagai kuat (0,67), moderat (0,33), dan lemah (0,19) (Ghozali, 2021).

**Tabel 6 : R Square**

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Kepuasan peserta	0.636	0.634
Loyalitas peserta	0.759	0.756

Sumber: Data Primer diolah, 2024

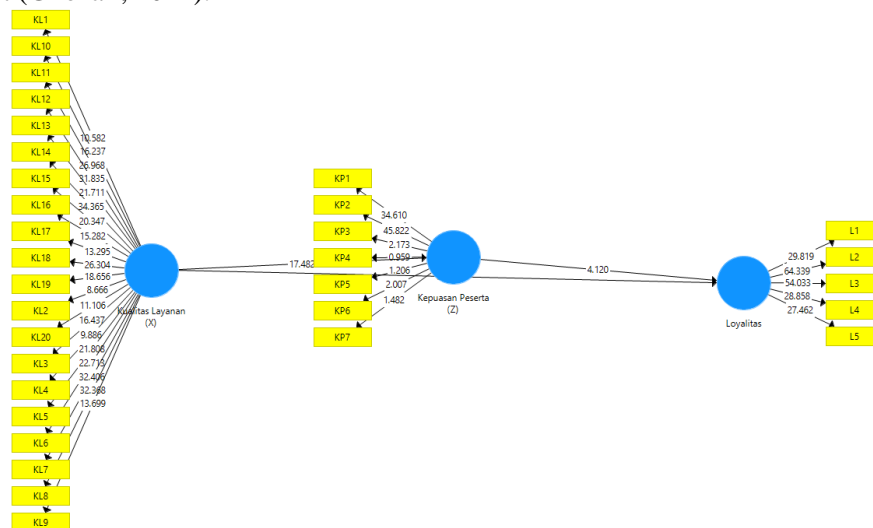
Berdasarkan data pada Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai R- Square variabel Kepuasan peserta sekitar 63.6% variansnya adalah variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 36,4% berhubungan dengan variabel atau faktor eksternal yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan untuk variabel loyalitas peserta adalah 75,9%, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan 75,9% dari variasinya, sedangkan 14,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### Q-Square

Nilai Q-square sebagai goodness of fit (GoF) memiliki arti yang sama dengan koefisien determinasi (R-square) pada analisis regresi. Semakin tinggi nilai Q-square, maka model dapat dikatakan semakin baik atau semakin sesuai dengan data. Jika nilai Q-square  $> 0$ , menunjukkan bahwa nilai-nilai yang diamati telah di rekonstruksi dengan baik dan memiliki relevansi prediktif (Ghozali, 2021; Hair et al., 2013). Namun, jika nilai Q-square  $< 0$ , menunjukkan bahwa tidak ada relevansi prediktif. Berdasarkan hasil Uji Q-Square mendapatkan nilai sebesar  $0,613 > 0$ . Dapat disimpulkan model dalam penelitian ini memiliki prediktif yang relevan.

### Uji Hipotesis

Langkah pengujian selanjutnya melibatkan penilaian signifikansi dampak variabel eksogen terhadap variabel endogen, dengan mempertimbangkan koefisien parameter dan signifikansi nilai t-statistik. Evaluasi koefisien jalur digunakan untuk menggambarkan seberapa kuat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Jika nilai P-value  $\leq \alpha$ , maka dikatakan signifikan. Informasi mengenai nilai koefisien jalur pada laporan Bootstrapping SmartPLS dapat diakses dengan memilih path coefficient (Ghozali, 2021).



**Gambar 1 : Hasil Uji Bootstrapping**

Sumber: Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.2.9, 2024

Hasil analisis pada Gambar 1 menggambarkan pentingnya kualitas pelayanan dalam membentuk loyalitas peserta pada peserta pelatihan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dari hasil *path coefficient*, terlihat bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas peserta, yang ditunjukkan dengan t-statistik sebesar 6,250. Selain itu, terdapat pengaruh langsung dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta, yang memiliki t-statistik masing-masing sebesar 17,482 dan Selain itu, kepuasan peserta juga memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas peserta, dengan t-statistik sebesar 4,120.

**Tabel 7 : Hasil Bootstrapping Pengaruh Langsung**

<i>Path</i>	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P Values</i>	<b>Keterangan</b>
Kualitas pelayanan -> Loyalitas peserta	0.347	0.089	3.905	0.000	Diterima
Kualitas pelayanan -> Kepuasan peserta	0.798	0.047	16.860	0.000	Diterima
Kepuasan peserta > Loyalitas peserta	0.569	0.091	6.250	0.000	Diterima

Sumber: Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.2.9, 2024

**Tabel 8 : Hasil Bootstrapping Pengaruh Langsung**

<i>Path</i>	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P Values</i>	<b>Keterangan</b>
Kualitas pelayanan -> Kepuasan peserta -> Loyalitas peserta	0.276	0.073	3.769	0.000	Diterima

Sumber: Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.2.9, 2024

Tabel 7 menunjukkan bahwa Nilai T-statistik lebih dari nilai t-tabel kritis, tepatnya 3.905 > 1,96. Selain itu, nilai p-value adalah 0,000, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan uji hipotesis tersebut, terdapat dukungan terhadap Ha, atau Ha **diterima**, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas peserta Pelatihan pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY.

Pada Tabel 7 menunjukkan bahwa Nilai T-statistik lebih dari nilai t-tabel kritis, tepatnya 16,860 > 1,96. Selain itu, nilai p-value adalah 0,000, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan uji hipotesis tersebut, terdapat dukungan terhadap Ha, atau Ha **diterima**, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta Pelatihan pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY.

Pada Tabel 7 menunjukkan bahwa Nilai T-statistik lebih dari nilai t-tabel kritis, tepatnya 6,250 > 1,96. Selain itu, nilai p-value adalah 0,000, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan uji hipotesis tersebut, terdapat dukungan terhadap Ha, atau Ha **diterima**, yang menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas peserta Pelatihan pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY.

Pada Tabel 8 menunjukkan bahwa Nilai T-statistik lebih dari nilai t-tabel kritis, tepatnya 3,769 > 1,96. Selain itu, nilai p-value adalah 0,000, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan uji hipotesis tersebut, terdapat dukungan terhadap Ha, atau Ha **diterima**, yang menunjukkan bahwa kepuasan peserta mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas peserta Pelatihan pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Peserta**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas peserta pelatihan pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY. Berdasarkan analisis deskriptif terhadap persepsi peserta terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY menunjukkan persepsi yang sangat positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY. Semua pernyataan

mencatat nilai rata-rata di atas 4, yang menunjukkan bahwa responden merasa sangat puas dengan berbagai aspek pelayanan yang diberikan. Pernyataan tentang kebersihan dan keterawatan fasilitas, serta penampilan rapi tenaga kepelatihan/staf administrasi, menunjukkan nilai yang sangat tinggi, dengan nilai rata-rata di atas 4.2. Hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap kebersihan dan keterawatan fasilitas serta penampilan rapi dari tenaga kepelatihan/staf administrasi sebagai faktor penting dalam menilai kualitas pelayanan.

Rata-rata keseluruhan yang tinggi dari 4.34 menegaskan bahwa Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY telah berhasil memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik kepada peserta pelatihan. Persepsi yang positif dari responden terhadap berbagai aspek pelayanan menunjukkan bahwa Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY telah berhasil memenuhi harapan peserta dalam memberikan pengalaman pelatihan yang memuaskan dan berkualitas. Hal ini dapat membantu memperkuat citra dan reputasi Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY di mata peserta pelatihan dan masyarakat secara umum.

Implikasi dari temuan ini mengindikasikan bahwa investasi dalam meningkatkan kualitas layanan dapat menghasilkan dampak positif yang substansial pada hubungan jangka panjang antara penyelenggara pelatihan dan peserta. Hal ini menunjukkan bahwa Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan mereka dengan memastikan responsif, ramah, dan profesional dalam interaksi dengan peserta. Dengan demikian, mereka dapat memperkuat ikatan emosional dan kepercayaan peserta, yang pada gilirannya akan membantu mempertahankan peserta yang loyal dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY. Selain itu, implikasi ini juga menekankan pentingnya memahami dan merespons kebutuhan dan harapan peserta secara aktif, karena hal tersebut merupakan fondasi utama dari kesetiaan peserta dan keberhasilan jangka panjang Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY dalam memenuhi misinya.

Penentu utama loyalitas konsumen adalah kualitas layanan, yang diukur dengan skor kepuasan pelanggan dan keadaan emosi positif yang dialami terhadap layanan loyalitas tinggi yang diberikan perusahaan (Aprileny, et. al., 2020). Riyadi (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai sejauh mana suatu layanan memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen, dengan layanan berkualitas tinggi mampu memenuhi harapan konsumen. Sebagaimana dikemukakan oleh Oliver dalam Hurriyati (2015), loyalitas pelanggan mengacu pada dedikasi pelanggan untuk secara konsisten menggunakan, berlangganan, atau berulang kali membeli produk tertentu di masa depan, meskipun ada potensi pengaruh keadaan dan strategi pemasaran terhadap perilaku mereka (Ratih, 2015). Akibatnya, peningkatan kualitas layanan yang diberikan kepada klien menyebabkan peningkatan loyalitas konsumen.

### ***Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Peserta***

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY. Berdasarkan analisis deskriptif terhadap persepsi peserta terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY menunjukkan persepsi yang sangat positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY. Semua pernyataan mencatat nilai rata-rata di atas 4.00, yang menunjukkan bahwa responden merasa sangat puas dengan berbagai aspek pelayanan yang diberikan. Pernyataan tentang kebersihan dan keterawatan fasilitas, serta penampilan rapi tenaga kepelatihan/staf administrasi, menunjukkan nilai yang sangat tinggi, dengan nilai rata-rata di atas 4.20. Hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap kebersihan dan keterawatan fasilitas serta penampilan rapi dari tenaga kepelatihan/staf administrasi sebagai faktor penting dalam menilai kualitas pelayanan.

Rata-rata keseluruhan yang tinggi dari 4.34 menegaskan bahwa Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY telah berhasil memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik kepada peserta pelatihan. Persepsi yang positif dari responden terhadap berbagai aspek pelayanan menunjukkan bahwa Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY telah berhasil memenuhi harapan peserta dalam memberikan pengalaman pelatihan yang memuaskan dan berkualitas. Hal ini dapat membantu memperkuat citra dan reputasi Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY di mata peserta pelatihan dan masyarakat secara umum.

Implikasi yang muncul adalah bahwa upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dapat menjadi kunci dalam memperbaiki tingkat kepuasan peserta. Hal ini menunjukkan bahwa Badan



Pendidikan dan Pelatihan DIY perlu memberikan perhatian yang serius pada aspek-aspek kualitas layanan, seperti responsif terhadap kebutuhan peserta, kemudahan dalam proses pelatihan, dan komunikasi yang efektif. Dengan mengoptimalkan kualitas layanan mereka, Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY memiliki kesempatan untuk membangun pengalaman yang positif bagi peserta, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan mereka. Keberhasilan dalam mencapai kepuasan peserta dapat membawa dampak positif yang luas, termasuk meningkatnya retensi peserta, promosi mulut ke mulut yang baik, dan reputasi yang lebih baik bagi Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY. Dengan demikian, penelitian ini menyoroti pentingnya memprioritaskan kualitas pelayanan sebagai strategi utama dalam mencapai kepuasan peserta yang tinggi dan memperkuat posisi Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY di pasar pelatihan.

Menurut Kotler (2022) mengatakan adanya keterkaitan yang kokoh pada pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Sementara itu, kualitas pelayanan yang optimal ialah salah satu upaya guna memperoleh kepuasan peserta yang tinggi (Noor, 2019). Kepuasan peserta merupakan awal dari kualitas pelayanan, sehingga hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan peserta sangat erat kaitannya (Octavia *et. al.*, 2019). Oleh karena itu kian membaik kualitas pelayanan, kian tinggi kepuasan peserta terhadap kepuasan layanan.

### ***Pengaruh Kepuasan Peserta terhadap Loyalitas Peserta***

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan peserta berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas peserta pelatihan pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY. Berdasarkan analisis deskriptif terhadap persepsi peserta terhadap kepuasan peserta menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa penyelenggara pelatihan ini berhasil memenuhi harapan peserta. Rata-rata yang tinggi juga terlihat pada pernyataan tentang minat peserta untuk mengikuti pelatihan di Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY di masa depan. Dengan nilai rata-rata sebesar 4.43, responden menunjukkan kecenderungan yang kuat untuk berpartisipasi dalam program pelatihan lainnya di institusi ini. Rata-rata keseluruhan yang tinggi dari 4.32 menegaskan bahwa Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY telah berhasil menciptakan lingkungan yang memuaskan dan membangun kepuasan yang kuat di antara peserta pelatihan mereka. Persepsi yang positif dari responden terhadap berbagai aspek kepuasan pelatihan menunjukkan bahwa Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY telah berhasil memenuhi harapan peserta dalam memberikan pengalaman pelatihan yang memuaskan dan berkualitas. Hal ini dapat membantu memperkuat citra dan reputasi Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY di mata peserta pelatihan dan masyarakat secara umum.

Temuan bahwa kepuasan peserta berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas peserta pelatihan pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY memiliki implikasi yang penting dalam konteks pengelolaan pelatihan. Ini menunjukkan bahwa Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY perlu memprioritaskan penciptaan pengalaman pelatihan yang memuaskan bagi peserta. Dengan meningkatkan tingkat kepuasan peserta, Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY dapat memperkuat ikatan emosional dan komitmen peserta terhadap program pelatihan yang mereka tawarkan. Oleh karena itu, penting bagi Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY untuk secara konsisten memantau dan meningkatkan kualitas layanan mereka, merespons umpan balik peserta dengan cepat, dan memastikan bahwa harapan peserta terpenuhi selama proses pelatihan. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menghasilkan efek positif berupa peningkatan loyalitas peserta, yang mana peserta akan lebih cenderung untuk kembali mengikuti pelatihan di Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY di masa depan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya memperhatikan kepuasan peserta sebagai salah satu strategi kunci dalam membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan peserta pelatihan. Seperti dikutip James dan Susser, orang yang "benar-benar puas" cenderung lebih setia daripada mereka yang hanya "puas" (Tarumingkeng *et. al.*, 2019). Loyalitas terbentuk saat pelanggan puas menggunakan merek atau taraf layanan yang mereka terima dan ingin melanjutkan interaksi tersebut (Adhim, 2021). Loyalitas pelanggan mempunyai keterkaitan yang dekat melalui kepuasan konsumen, dimana semakin konsumen puas terhadap keinginannya, akan menjadikan pelanggan loyal terhadap layanan yang digunakan (SP Tanjung, 2017).

### ***Kepuasan Peserta Memediasi Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Peserta***

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan peserta mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas peserta pelatihan pada Badan Pendidikan dan

Pelatihan DIY. Analisis deskriptif terhadap persepsi peserta terhadap loyalitas menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang sangat positif terhadap Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY dalam hal kepuasan dan loyalitas. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa sangat puas dengan pengalaman mereka dan cenderung untuk tetap setia dengan penyelenggara pelatihan ini. Fakta bahwa semua pernyataan mencatat nilai rata-rata di atas 4 menunjukkan bahwa tidak ada pernyataan yang secara signifikan lebih rendah atau lebih tinggi dari yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap berbagai aspek loyalitas terhadap Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY relatif stabil dan konsisten.

Implikasi utama dari temuan ini adalah bahwa meningkatkan kepuasan peserta bisa menjadi strategi efektif dalam memperkuat loyalitas peserta terhadap penyelenggara pelatihan. Dalam konteks Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY, upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan harus diiringi dengan upaya untuk meningkatkan tingkat kepuasan peserta. Hal ini dapat dilakukan dengan memastikan bahwa layanan yang diberikan memenuhi harapan dan kebutuhan peserta secara efektif. Dengan memperbaiki kualitas pelayanan, Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY dapat meningkatkan kepuasan peserta, yang pada gilirannya akan memengaruhi loyalitas peserta. Dengan demikian, Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY dapat memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas peserta dengan memahami peran mediasi kepuasan peserta. Fokus pada meningkatkan kepuasan peserta melalui peningkatan kualitas layanan dapat menjadi strategi yang efektif dalam memperkuat hubungan jangka panjang dengan peserta pelatihan, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada pertumbuhan dan keberhasilan Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY. Temuan yang diperoleh Ananda, et. al., (2019) mendapati kepuasan peserta bisa memediasi dampak kualitas layanan pada loyalitas. Hal itu selaras melalui temuan dari Ulfa (2018) yang mendapati kepuasan bisa memediasi kualitas layanan pada loyalitas peserta melalui positif dan signifikan. Diikuti juga melalui temuan Malik (2012) yang mendapati hasil serupa yakni kepuasan peserta berdampak positif serta signifikan ketika memediasi dampak kualitas layanan melalui loyalitas. Peserta setia adalah mereka yang akan kembali lagi untuk menggunakan jasa tersebut. Akan tetapi, sebelum perusahaan menuju tingkat kepuasan serta loyalitas peserta, perusahaan perlu membagikan atensi pada kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan optimal mewujudkan kepuasan peserta, yang nantinya bakal mewujudkan loyalitas peserta.

## SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas peserta pelatihan pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY.
3. Kepuasan peserta berpengaruh signifikan terhadap loyalitas peserta pelatihan pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas peserta pelatihan pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY melalui kepuasan peserta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adil, Adityawarman. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Umum Daerah Kota Bogor*. Tesis, Institut Pertanian Bogor
- Ardiyanto et al (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Tv Lcd Samsung (Studi Konsumen Di Elektronik Solution Java Supermall Semarang). *Journal of Management*. Volume 1 No 1 Februari 2015
- Daryanto. 2017. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Endratama. 2015. Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Rumah Teh “Ngoro Donker”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2017). *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling*. SAGE Publications.

- Haryono, Tri Andi, *et al.* 2016. Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening di PT Pelabuhan Indonesia III Semarang. Semarang: Universitas Pandanaran.
- Hiliansyah, Julianto. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Bank Mandiri di Yogyakarta: Analisis Peran Mediasi Kepuasan Konsumen*. Tesis. Universitas Islam Indonesia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Le Ha Nguyen, T. (2021). Total Quality Management and Customer Loyalty: A Survey of the Quality Management. *American Journal of Management Science and Engineering*, 6(3), 56. <https://doi.org/10.11648/j.ajmse.20210603.11>
- Mahendrayanti, M., & Wardana, M. (2021). the Effect of Price Perception, Product Quality, and Service Quality on Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5, 182–188.
- Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13, Erlangga, Jakarta.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727.
- Noviasari, Rifka Arinda. 2015. *Pengaruh Citra Institusi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Universitas Moch. Sroedji Jember*. Tesis. Universitas Jember.
- Parasuraman, A., Zeithamal, V.A., and Berry, L.L. (1998), *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service quality*. Journal of retailing, spring.
- Putri Maharani dan Denis Fidita. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Rawat Inap di Rumah Sakit Islam (RSI) Jemursari Surabaya. Surabaya: Unusa.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Setiadi, N. J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Go-Jek). *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67–81. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.91>
- Subrahmanyam dan Raja Shekhar. (2016). *The effects of service quality on student loyalty: the mediating role of student satisfaction*. Journal of Modelling in Management Vol. 11 No. 2, (2016), 446-462.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sulo, H. R., Hartono, E., & Oetari, R. A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Instalasi Farmasi Rumah Sakit X Kota Surakarta. *Jurnal Ilmiah Manuntung*, 5(1), 81–90. <https://doi.org/10.51352/jim.v5i1.226>
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh brand image, brand trust, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating. *Journal of Business Studies*, 04(1), 41–53.
- Tjiptono. 2017. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta. Andi
- Umar, Husein. 2018. *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam pemasaran. edisi II*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Utami, Ida Ayu Inten Surya. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur*. Bali: Universitas Udayana.