

Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Fasilitas dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen

Bakhtiar Indah Lestari

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Putra Bangsa Kebumen

ABSTRAK

Sulitnya mencari pekerjaan di negara Indonesia membuat masyarakat mencari pekerjaan di luar negeri. Salah satu cara dilakukan mereka adalah berangakt melalui jasa PPTKIS. PPTKIS merupakan Perusahaan Pelaksana dan Penempatan TKI yang sering menjadi sorotan pemerintah karena banyak fenomena yang menimpa Tenaga Kerja Indonesia (TKI) seperti kasus penganiayaan, pelecehan, upah tidak dibayarkan sampai pada kasus pembunuhan yang disebabkan PPTKIS melakukan penempatan secara ilegal. Oleh karena itu calon TKI harus selektif dalam memilih PPTKIS. Ada sembilan PPTKIS resmi terdaftar di Dinas Tenaga Kerja dan UMKM Kebumen, tetapi PT Sarimadu Jayanusa Kebumen memiliki jumlah TKI terbanyak yang berhasil ditempatkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, fasilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan penyebaran kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari PT Sarimadu Jayanusa Kebumen. Responden dalam penelitian ini adalah calon TKI yang sudah berada di asrama penampungan. Adapun jumlah responden ditentukan menggunakan rumus *slovin* yaitu 155 orang. Alat analisis data menggunakan bantuan program aplikasi komputer SPSS 18. Analisis dalam penelitian ini meliputi uji instrumen, validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda serta uji hipotesis.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas dan *word of mouth* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial, sedangkan variabel citra perusahaan tidak memiliki pengaruh. Namun secara bersama variabel citra perusahaan, fasilitas dan *word of mouth* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.

Keyword: Citra Perusahaan, Fasilitas, *Word Of Mouth* dan Keputusan Memilih.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Terbukanya kesempatan masyarakat untuk bekerja di luar negeri menjadi splusi bagi angkatan kerja yang tersisih dari persaingan memperoleh pekerjaan di dalam negeri sendiri. Salah satu cara yang dilakukan masyarakat yaitu berangkat melalui makelar TKI atau melalui Pelaksana Penempatan Tenaga Kerja Indonesia Swasta (PPTKIS). PPTKIS menurut Undang-undang No. 39 Tahun 2004 merupakan perusahaan yang ditunjuk pemerintah untuk memfasilitasi calon TKI mendapatkan kemudahan dalam mengurus persyaratan sebelum berangkat ke luar negeri.

Melihat semakin meningkatnya penempatan TKI Setiap tahunnya membuat banyak pengusaha melirik sektor ini dan bersaing untuk mendiriksn perusahaan PPTKIS. Menurut BNP2TKI periode januari 2017 terdapat 450 PPTKIS di Indonesia. Jumlah tersebut telah mengalami penurunan karena pemerintah melakukan pencabutan ijin dan memberikan sanksi skrosing kepada beberapa PPTKIS. bisa Perusahaan PPTKIS sering menjadi sorotan pemerintah karena banyak PPTKIS yang menempatkan TKI secara ilegal ke luar negeri. Penempatan ilegal tersebut bisa berdampak buruk terhadap jaminan keamanan dan keselamatan TKI (www.kompas.com , pada 05 April 2018).

Melihat adanya dampak buruk dari penempatan TKI secara ilegal yang dilakukan oleh PPTKIS, memilih perusahaan PPTKIS dengan selektif adalah hal yang penting bagi calon TKI. Hasil wawancara yang

peneliti lakukan dengan ketua P4TKI Cilacap, bahwa di Kabupaten Kebumen terdapat 9 PPTKIS resmi terdaftar di Dinas Tenaga Kerja dan UMKM Kebumen. Dari 9 PPTKIS yang ada, PT Sarimadu Jayanusa Kebumen memiliki jumlah TKI terbanyak yang berhasil di tempatkan. Berikut data penempatan TKI PT Sarimadu Jayanusa dari tahun 2015 sampau 2017:

**Tabel 1-1
Data Penempatan TKI**

Negara Penempatan	Tahun		
	2015	2016	2017
Malasyia	359	608	691
Singapura	97	153	239
Hongkong	148	299	523
Taiwan	169	525	618
Jumlah	773	1.585	2.071

Dari data diatas menunjukan bahwa setiap tahun masyarakat yang memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen sebagai penyedia jasa pelaksana dan penempatan TKI meningkat.

Sebagai perusahaan PPTKIS yang memiliki banyak pesaing, PT Sarimadu Jayanusa Kebumen perlu mempertahankan citra positif yang dimiliki dan terus membangun citra yang baik, karena citra baik mendorong sikap masyarakat terhadap perusahaan dan sikap dapat mendorong seseorang melakukan pembelian.

Mengacu pada peraturan pemerintah bahwa setiap calon TKI yang akan bekerja di luar negeri wajib memiliki sertifikat kompetensi kerja, maka calon TKI memerlukan fasilitas asrama/penampungan, Balai Latihan Kerja Luar Negeri dan Tempat Uji Kompetensi untuk

melakukan pelatihan dna pendidikan sebelum berangkat ke luar negeri.

Selain karena citra dan fasilitas yang dimiliki perusahaan, keputusan pembelian barang dan jasa seseorang juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Beberapa responden yang peneliti wawancara mengatakan bahwa mereka memilih PT Sarimadu Jayanusa Kebumen karena mendapat rekomendasi dari orang terdekat mereka.

Berdasarkan hasil analisa penulis pada latar belakang tersebut di atas, maka penulis mengambil judul penelitian ini adalah **“Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Fasilitas dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang terbentuk dari latar belakang tersebut adalah:

1. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen?
3. Bagaimana pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen?
4. Bagaimana pengaruh secara bersama citra perusahaan, fasilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Objek Penelitian adalah PPTKIS PT Saimadu Jayanusa
2. Variabel terikat adalah Keputusan Memilih
3. Variabel bebas adalah citra perusahaan, fasilitas dan *word of mouth*.
4. Responden dalam penelitian ini adalah calon TKI yang sudah berada di asrama/penampungan.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh fasilitas terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.
4. Untuk mengetahui adakah pengaruh secara bersama citra perusahaan, fasilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh citra

perusahaan, fasilitas, dan *word of mouth* terhadap keputusan memilih pada sebuah perusahaan jasa. Dan melengkapi hasil penelitian-penelitian sebelumnya mengenai keputusan memilih perusahaan jasa sehingga dapat dijadikan salah satu referensi untuk kalangan akademisi serta referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengadakan penelitian lebih lanjut dengan topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai seberapa besar pengaruh citra perusahaan, fasilitas, dan *word of mouth* terhadap keputusan memilih pada subjek penelitian di PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.
- b. Bagi perusahaan untuk mengetahui citra perusahaan, fasilitas, dan *word of mouth* terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.

2. Landasan Teori

2.1 Keputusan Memilih

Menurut Olson (2000:162), keputusan pembelian barang dan jasa proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Jadi keputusan penggunaan dapat definisikan suatu tahap dimana pengguna membeli produk dan menggunakan. pada Indikator keputusan pembelian menurut Kotler (1995:70):

- a. Kemantapan pada sebuah produk.

- b. Kebiasaan dalam membeli produk.
- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
- d. Melakukan pembelian ulang.

2.2 Citra Perusahaan

Citra Perusahaan adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas (Katz dalam Soemirat dan Ardianto, 2002:113). Indikator citra perusahaan menurut Lee Blance dan Nguyen (dalam Rifyal 2012:24) yaitu:

- a. Identitas perusahaan.
- b. Reputasi Perusahaan.
- c. Pelayanan yang Ditawarkan.
- d. Lingkungan Fisik.
- e. Hubungan Perseorangan.

2.3 Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen, Kotler (2005:75). Indikator Fasilitas menurut Sumayang (2003:124):

- a. Kelengkapan, kebersihan dan kerapihan fasilitas yang ditawarkan.
- b. Kondisi dan fungsi yang akan ditawarkan.
- c. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.
Kelangkapan alat yang ditawarkan

2.4 Word Of Mouth

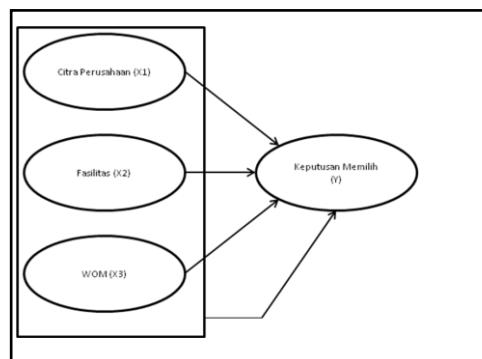
Menurut Kotler & Keller (2012) Komunikasi *Word Of Mouth* (WOM) atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian

rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. Indikator WOM menurut Lupiyoadi (2013:160):

- Konsumen mendapatkan informasi tentang perusahaan.
- Konsumen terdorong untuk melakukan pembelian dikarenakan motivasi dari orang lain (Menumbuhkan motivasi).
- Mendapatkan rekomendasi dari orang lain.

2.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

**Gambar II-1
Kerangka Pemikiran**



Hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui penelitian (Sugiyono, 2004). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1 : Citra perusahaan diduga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.
- H2 : Fasilitas diduga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.
- H3: Word of mouth diduga

berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.

H4: Citra perusahaan, fasilitas dan *word of mouth* diduga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah citra perusahaan, fasilitas, *word of mouth* dan keputusan memilih sebagai variabel terikat

3.2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah calon TKI yang mendaftar melalui PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen dan sudah berada di asrama/penampungan untuk mengikuti proses pendidikan dan pelatihan.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan memilih. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra perusahaan (X1), fasilitas (X2) dan *word of mouth* (X3).

3.4 Instrumen dan Alat Pengumpulan Data

Instrumen atau alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Skala Pengukuran

Skala yang dipakai dalam penelitian ini dengan *skoring likert 4*, yang masing-masing jawaban bernilai sebagai berikut:

Sangat setuju (SS) = 4

- | | |
|---------------------|-----|
| Setuju (S) | = 3 |
| Tidak Setuju (TS) | = 2 |
| Sangat Tidak Setuju | = 1 |
2. Studi Pustaka
Sumber-sumber data sekunder antara lain adalah buku-buku yang berisi teori yang relevan dengan penelitian, jurnal-jurnal penelitian yang berkaitan dengan penelitian, sumber-sumber di internet yang berkaitan dengan penelitian, dan lain-lain.
 3. Wawancara
Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini guna pengumpulan data penelitian.
 4. Kuesioner
Peneliti melakukan penyebaran angket atau kuesioner kepada responden untuk memperoleh data penunjang penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu calon TKI yang berada di asrama/penampungan sebanyak 250 orang.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010:85). Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu:

1. Responden yang tidak berusia lebih dari 40 tahun.
2. Responden yang memiliki lulusan minimal SLTP.

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{250}{1 + 250 \cdot 0,05^2}$$

$$n = 153,84$$

n sebesar 153,84 .

Peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 155 orang.

3.5 Teknik Analisis

Analisis Deskriptif Analisis deskriptif atau kualitatif digunakan untuk menganalisa data yang bersifat deskriptif dari hasil jawaban kuesioner, misalnya jumlah responden, usia, jenis kelamin, status perkawinan, pendidikan, dan lain-lain untuk dicari relevansinya dengan teori.

Analisis statistik atau kuantitatif digunakan untuk menganalisis data dari hasil jawaban kuesioner dengan menggunakan metode-metode statistik. Penelitian ini menggunakan pengujian validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan program *SPSS 18 for windows (Statistical Product and Services Solutions)*.

4. Analisis dan Pembahasan

4.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis deskriptif responden terbanyak berasal dari kebumen yaitu 48 orang (31%) dan paling sedikit berasal dari lampung tengah yaitu 5 orang (3,1%). Responden terbanyak berusia 21-25 tahun yaitu 54 orang (35%) dan paling sedikit berusia 36-40 (19%). Responden terbanyak memiliki status

menikah yaitu 94 orang (61%). Tingkat pendidikan responden terbanyak yaitu SLTP 100 orang (65%). Dari 155 responden 86 orang (55%) adalah calon TKI yang baru pertama akan bekerja ke luar negeri dan sisanya 69 orang (45%) sudah pernah bekerja di luar negeri.

4.2 Hasil Analisis Statistik

1. Uji Validitas

Semua item pertanyaan pada variabel citra perusahaan, fasilitas , *word of mouth* dan keputusan memilih dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel (0,1577) dan signifikansi < 0,05.

2. Uji Reliabilitas

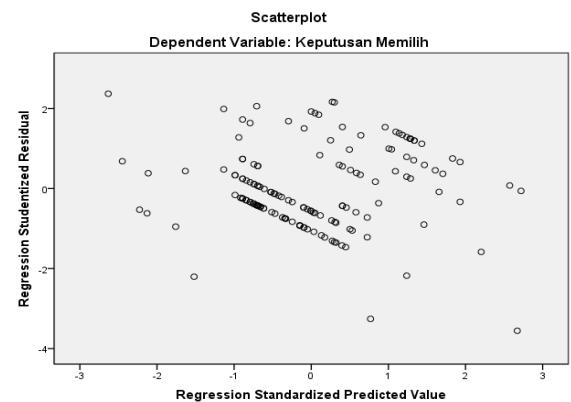
Nilai cronbach alpha variabel citra perusahaan 0,728, fasilitas 0,787, *word of mouth* 0,799 dan keputusan memilih 0,879. Hal ini berarti semua instrumen dalam kuesioner valid karena nilai cronbach alpha > r kritis 0,6.

3. Uji Asumsi Klasik

Citra perusahaan memiliki nilai Tolerance 0,987 dan VIF 1,013, Fasilitas memiliki nilai tolerance 0,813 dan nilai VIF 1,229, dan *word of mouth* memiliki nilai tolerance 0,807 dan nilai VIF 1,240. Nilai Tolerance semua variabel lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, artinya dalam penelitian ini model regresinya tidak terjadi multikolinieritas.

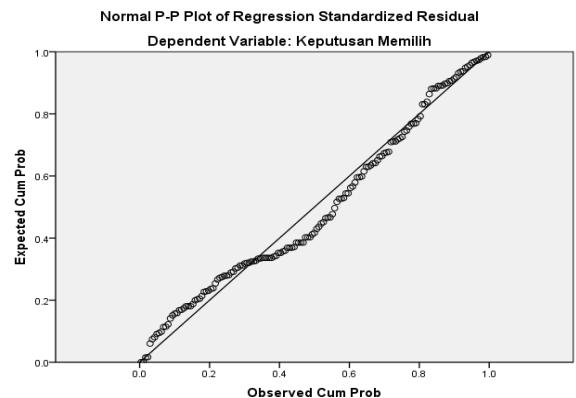
Hasil uji heteroskedastisitas menunjukan bahwa tidak ada pola tertentu yang teratur, tidak ada pola yang jelas sehingga disimpulkan model regresi pada panelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar IV-1
Hasil Uji
Heteroskedastisitas



Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar IV-2
Hasil Uji Normalitas



Dari gambar diatas terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, artinya model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4. Uji Regersi Berganda

Tabel IV-1
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Understandarized Coeffecients		Standarized Coeffecients	t	Sig
	B	Std Error			
(Constanta)	,946	2,477		,382	,703
Citra Perusahaan	,090	,073	,074	1,223	,223
Fasilitas	,590	,074	,530	7,932	,000
Word Of Mouth	,513	,140	,246	3,670	,000

Berdasarkan tabel di atas dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,946 + 0,090X_1 + 0,590X_2 + 0,513X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta (a) = 0,946, artinya nilai konstanta atau nilai tetap keputusan memilih jasa yang tidak dipengaruhi oleh variabel citra perusahaan, fasilitas dan *word of mouth*, maka nilai keputusan memilih jasa sebesar 0,946 poin.
- *Variable Independen*

a. $b_1 = 0,090$, artinya koefisien regresi dari variabel citra perusahaan (X_1) sebesar 0,090 mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa (Y), jika variabel citra (X_1) meningkat, maka variabel keputusan memilih jasa (Y) akan meningkat satu satuan skala likert.

b. $b_2 = 0,590$, artinya koefisien regresi dari variabel fasilitas (X_2) sebesar 0,590 mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa (Y), jika variabel fasilitas (X_2) meningkat, maka variabel keputusan memilih jasa (Y) akan meningkat satu satuan skala likert.

c. $b_3 = 0,513$, artinya koefisien regresi dari variabel *word of mouth* (X_3) sebesar 0,513 mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa (Y), jika variabel *word of mouth* (X_3) meningkat, maka variabel keputusan memilih jasa (Y) akan meningkat satu satuan skala likert.

5. Uji Hipotesis

Tabel IV-2

Hasil Uji Hipotesis

Model	Understandarized Coefficients		Beta	t	Sig
	B	Std Error			
(Constanta)	,946	2,477		,382	,703
Citra Perusahaan	,090	,073	,074	1,223	,223
Fasilitas	,590	,074	,530	7,932	,000
Word Of Mouth	,513	,140	,246	3,670	,000

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa:

- a. Citra Perusahaan memiliki t hitung (1,223) < t tabel (1,976) dan nilai signifikansi > 0,05, artinya citra perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih.
- b. Fasilitas memiliki nilai t hitung (7,932) > t tabel (1,976) dan nilai signifikansi < 0,05, artinya fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih.
- c. *Word Of Mouth* memiliki nilai t hitung (3,670) > t tabel (1,976) dan nilai signifikansi < 0,05, artinya *word of mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih.

Tabel IV-3

Hasil Uji F

Model	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regressi on	516,932	3	172,311	41,351	,000
Residual	629,223	151	4,167		
Total	1146,155	154			

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji ANOVA / bersama-sama, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 41,351 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,66 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan rendahnya tingkat probabilitas 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama ada

pengaruh signifikan antara citra perusahaan, fasilitas, dan *word of mouth* terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.

Hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,440 atau 44% menandakan bahwa citra perusahaan (X_1), fasilitas (X_2) dan *word of mouth* (X_3) menjelaskan perilaku variabel penilaian terhadap keputusan memilih (Y) sebesar 44% sedangkan sisanya 56 % perilaku variabel penilaian terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

4.3 Implikasi Manajerial

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra perusahaan, fasilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen. Implikasi kebijakan manajerial penelitian ini akan dijelaskan di bawah ini.:

1. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Memilih

Variabel citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen. Implikasi manajerial dari hasil penelitian ini adalah bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen, responden tidak mempedulikan perusahaan tersebut terkenal luas di masyarakat, memberikan jaminan pelayanan yang memuaskan dan memiliki karyawan yang ramah dan profesional. Hal ini disebabkan karena keinginan terbesar responden adalah bisa berangkat bekerja keluar negeri.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Memilih

Variabel Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen. Implikasi manajerial dari hasil penelitian ini adalah fasilitas berpengaruh baik terhadap produk jasa yang ditawarkan PT Sarimadu Jayanusa Kebumen. Fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan karena PT Sarimadu Jayanusa Kebumen menyediakan segala fasilitas yang dibutuhkan CTKI selama berada di asrama penampungan dan yang mendukung CTKI dalam proses pendidikan dan pelatihan. Fasilitas yang tersedia lengkap, memiliki kondisi yang baik, bersih dan CTKI merasa mudah dalam menggunakan fasilitas tersebut.

3. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Memilih

Variabel *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen. Implikasi manajerial dari hasil penelitian ini adalah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan CTKI untuk memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen sebagai penyedia jasa CTKI untuk bekerja ke luar negeri. Responden tertarik menggunakan jasa PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen karena rekomendasi dari orang terdekat atau dari orang yang pernah menggunakan jasa tersebut.

5. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian pada PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen mengenai citra

perusahaan, fasilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan memilih dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Citra Perusahaan

Hasil penelitian citra perusahaan pada PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan memilih produk jasanya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila citra perusahaan tersebut positif ataupun negatif tidak akan mempengaruhi keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.

2. Variabel Fasilitas

Hasil penelitian fasilitas pada PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen menunjukkan bahwa ada pengaruh fasilitas terhadap keputusan memilih produk jasanya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila fasilitas ditingkatkan maka akan meningkatkan keputusan calon TKI untuk memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.

3. Variabel *Word of Mouth*

Hasil penelitian *word of mouth* pada PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen menunjukkan bahwa ada pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan memilih produk jasanya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila *word of mouth* semakin meningkat

maka akan meningkatkan keputusan calon TKI untuk menggunakan PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.

4. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama penampilan citra perusahaan, fasilitas dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen. Besar pengaruh tersebut diketahui dari nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan tingkat signifikansi lebih kecil, hal tersebut sesuai dengan hipotesa citra perusahaan, fasilitas dan *word of mouth* berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen..

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan maka penulis mengajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Variabel citra perusahaan merupakan variabel yang tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap keputusan menggunakan jasa. Walapun dalam penelitian ini citra perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen, namun citra perusahaan memiliki

- pengaruh secara bersama dengan variabel fasilitas dan *word of mouth*, sehingga perusahaan tidak boleh mengabaikan citra perusahaan untuk keberlanjutan perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang memiliki citra positif akan lebih mampu bertahan ketika mengalami masa krisis karena perusahaan tersebut memiliki nilai positif dimata masyarakat. Perusahaan bisa lebih mengefektifkan peran *Public Relation* untuk mengembangkan citra perusahaannya dengan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) supaya masyarakat luas bisa menilai bahwa PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen peduli terhadap lingkungan sekitar.
2. Variabel fasilitas merupakan variabel yang paling mempengaruhi keputusan memilih. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga kebersihan setiap ruangan yang ada di asrama penampungan seperti kamar tidur, kamar mandi dan di balai latihan kerjanya seperti ruang kelas dan ruang praktek. Selain itu perusahaan juga perlu melakukan perawatan terhadap fasilitas yang ada di lab bahasa supaya peralatan yang tersedia selalu bisa digunakan ketika dibutuhkan. Menjaga kebersihan dan melakukan perawatan sangat penting demi menciptakan kenyamanan calon TKI, karena semakin baik fasilitas yang tersedia semakin meningkatkan keputusan responden untuk memilih PPTKIS PT Sarimadu Jayanusa Kebumen.
3. Variabel *word of mouth* merupakan variabel yang mempengaruhi keputusan memilih. *Word of mouth* merupakan pujiyan, rekomendasi dan komentar pelanggan mengenai pengalaman mereka atas layanan jasa dan produk yang di berikan perusahaan, maka perusahaan perlu memberikan kesan yang baik kepada responden misalnya selain memberikan pendidikan dan pelatihan yang baik perusahaan bisa memotivasi calon TKI dengan memberikan hadiah bagi calon TKI yang lebih cepat bisa berbahasa asing, lebih aktif dalam pelatihan praktek dan lain sebagainya. Dengan memberikan pelayanan dalam hal pendidikan dan pelatihan, memberikan fasilitas yang lengkap, bersih dan nyaman dengan sendirinya informasi itu akan mereka sampaikan kepada orang terdekat mereka.

Daftar Pustaka

Anonim. 2011."Hingga Juli 2017, Jumlah Penduduk Indonesia Bertambah Menjadi 262 Juta Jiwa Lebih", diakses dari <http://www.jogja>

tribunnews.com/2017/08/02/hingga-juli-2017-jumlah-penduduk-indonesia-bertambah-menjadi-262-juta-jiwa-lebih.html pada hari Rabu tanggal 02 Agustus 217 pukul 10.19

Anonim. 2015. "Agustus 2017, Jumlah Pengangguran Naik Menjadi 704 Juta Orang". Diakses dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/06/153940126/agustus-2017-jumlah-pengangguran-naik-menjadi-704-juta-orang.html> pada hari Senin tanggal 06 November 2017 15.39 WIB.

Anonim.2018." Alasan Kasus TKI yang Jadi Korban Perdagangan Orang Tak Berlanjut Ke Jalur Hukum. Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2018/04/05/17490151/ala-san-kasus-tki-yang-jadi-korban-perdagangan-orang-tak-berlanjut-ke-jalur/> pada hari Jumat 29 Juni 2018 pukul 15.33 WIB.

Badan Nasional Penempatan dan Perlindungan TKI (BNP2TKI) diakses dari <http://www.bnptki.go.id/>. Diakses pada tanggal 10 Desember 2017 pada jam 11.15 WIB.

Badan Pusat Statistik (BPS) diakses dari <https://www.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 10 Desember 2017 pada jam 13.29 WIB.

Christian Lempony, Nicklouse et all. 2015. " Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Tour Lummimut (Taman Eman) Sonder"Jurnal EMBA. Vol.3, No.1, Maret 2015, Hal.1072-1083.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2007. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke-8. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Lemana, Rosa Yustriani. 2017. " Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Garuda Indonesia Tbk. (Persero)"Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma, Vol.1, No.1, November 2017.

Mulyanto, Heru dan Anna Wulandari. 2010. *Penelitian: Metode dan analisis*. Semarang: CV Agung.

Puji Rahayu, Yulaeli. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan nasabah PD BPR BKK Kebumen Cab. Rowokele Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Kebumen: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa (STIE).

Puspita, Fanny, Sari. 2016. *Pengaruh Harga Citra Merek dan Word*

of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya. Diakses pada hari Kamis tanggal 19 Oktober 2017 pukul 14.43 WIB

Santoso, singgih. 2004. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D).* Bandung: Alfabeta.

Tim Pustaka Phoenix. 2013. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Baru.* Jakarta: Media Pustaka Phoenix.

Tjiptono, Fandi. 2007. *Pemasaran Jasa.* Edisi Ketiga. Malang: Bayumedia Publishing.

Yusalita, Hana. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Benteng Van Der Wijck Gombong. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Kebumen: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa (STIE).

Simamora, Apriyani & Elvira. 2016. “*Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada GO-JEK Di Kota Bandung*”Jurnal e-Proceeding of Manajement, Vol.3, No.1 April 2016.