

PENGARUH TEKNOLOGI RAMAH LINGKUNGAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF DAN KINERJA PERUSAHAAN

Andry Aprilianto Sani¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
email: apriliantoandry@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh teknologi ramah lingkungan dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Penelitian ini dilakukan di Adi Dharma Hotel Kuta. Jumlah sampel sebanyak 60 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling*. Cara pengumpulan adalah menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan *path analysis*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas dan variabel mediasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan Adi Dharma Hotel. Pengujian secara parsial menunjukkan ketiga variabel juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Pengujian secara tidak langsung menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi teknologi ramah lingkungan dan kualitas pelayanan terhadap kinerja perusahaan.

Kata Kunci: teknologi ramah lingkungan, kualitas pelayanan, keunggulan kompetitif, kinerja perusahaan.

ABSTRACT

The research has purpose to determine the effect of eco-friendly technologies and service quality on competitive advantage and firm performance. This research was located at the Adi Dharma Hotel Kuta. The samples were used 60 peoples were by taken by using random sampling technique. Data were taken by using questionnaire then analyzed by using path analysis test. Simultaneous Independent variable (Eco-Friendly technology and quality of service) and the mediating variables (competitive advantage) simultaneously have a significant effect on the performance of companies in the Adi Dharma Hotel. Based on the partial test, the results showed three variables affected positively and significantly to the performance of companies either directly or indirectly.

Keywords: *eco-friendly technologies, quality of service, competitive advantage, the company's performance.*

PENDAHULUAN

Sejak beberapa dekade terakhir isu-isu lingkungan hidup telah menjadi pengetahuan yang umum, diketahui oleh hampir seluruh lapisan masyarakat. Pemanasan global, kerusakan terumbu karang, pencemaran air dan udara, serta pengelolaan sampah merupakan beberapa kata yang bukan hanya dimengerti maknanya oleh masyarakat, tetapi juga dipahami bagaimana dampaknya terhadap isu-isu kehidupan mereka. Bagi sebagian orang informasi ini menjadi sedemikian kuat dan menjadi referensi dalam pengambilan keputusan, termasuk dalam keputusan membeli atau mengkonsumsi produk. Bagi sebagian lainnya, keputusan ini hanya sekedar informasi dan tidak dijadikan pertimbangan utama dalam membeli produk (Siswanto, 2010:63).

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi ternyata membawa dampak negatif terhadap perilaku manusia. Pembangunan yang dilakukan oleh manusia berdampak pada kerusakan lingkungan yang terjadi di bumi. Kerusakan lingkungan masih mengakibatkan kerugian pada kehidupan masyarakat, tidak hanya dari sisi ekonomi namun juga hingga merenggut jiwa manusia. Hal ini secara tidak langsung mengancam habitat manusia untuk hidup. Bencana alam yang terjadi di Indonesia sebagian besar diakibatkan oleh ulah manusia (Afandi, 2013).

Menurut Perwitasari (2011) hotel adalah suatu bentuk bangunan, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik bagi konsumen yang menginap

dihotel tersebut maupun hanya menggunakan sebagian dari fasilitas hotel. Adi Dharma Hotel merupakan hotel bintang 3 berlokasi di daerah Kuta yang menampilkan bangunan hotel berarsitektur tradisional Bali. Hotel ini dapat ditempuh dalam waktu 15 menit dari Bandara Ngurah Rai. Lokasi hotel ini juga strategis yaitu dekat dengan toko-toko, restoran, galeri, tempat-tempat hiburan dan Pantai Kuta, yang semuanya dapat ditempuh dengan berjalan kaki. Fasilitas yang disediakan oleh Adi Dharma Hotel diantaranya kolam renang *outdoor*, *sundeck*, restoran 24 jam yang menyajikan makanan Indonesia dan masakan barat, aula meditasi dan pertunjukan tarian serta musik Bali. Fasilitas lain di Adi Dharma Hotel antara lain meja wisata dan perpustakaan serta tersedia dokter jaga 24 jam.

Menurut Prajogo (2012) salah satu tren yang paling menonjol dari perilaku perusahaan dalam beberapa dekade terakhir adalah kepekaan yang tumbuh dari usaha menuju isu-isu lingkungan. Salah satu faktor dalam meningkatkan kinerja perusahaan adalah dengan menerapkan teknologi ramah lingkungan. Teknologi ramah lingkungan dalam tataran operasional banyak digunakan untuk menanggulangi isu-isu lingkungan hidup oleh perusahaan sebagai bagian dalam strategi pemasaran. Meskipun perkembangannya tidak sejauh yang terjadi di lingkungan ilmu ekonomi, praktisi dan akademisi manajemen pemasaran juga merespon berbagai permasalahan lingkungan hidup dengan mengembangkan konsep pemasaran yang berbasis lingkungan hidup. Berbagai istilah seperti *green marketing*, *ecological marketing*, *environmental marketing*, ataupun *sustainable marketing* bermunculan di berbagai jurnal, buku ajar atau majalah-majalah tentang manajemen pemasaran (Siswanto, 2010:63).

Masanet dan Llodra (2006) menyatakan bahwa dampak negatif dari kerusakan lingkungan akibat pembangunan yang semata-mata bertujuan untuk kepentingan ekonomi tanpa memperhatikan kelestarian fungsi dan kemampuan lingkungan pada akhirnya dirasakan oleh manusia.

Teknologi yaitu semua hal yang diciptakan secara sengaja oleh manusia melalui akal serta pengetahuannya untuk memberikan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari (Porter, 1992). Menurut Ofani (2015) teknologi sebagai alat yang digunakan oleh individu untuk membantu menyelesaikan tugas-tugas mereka. Kardono (2010) mengemukakan ramah lingkungan artinya tidak mengakibatkan kerusakan pada lingkungan sebagai tempat tinggal manusia. Maka dengan cara yang sederhana, teknologi ramah lingkungan yaitu teknologi yang diciptakan untuk mempermudah kehidupan manusia namun tidak mengakibatkan kerusakan atau memberikan dampak negatif pada lingkungan di sekelilingnya.

Adibroto (2002) menyebutkan bahwa hal dibawah ini merupakan upaya perubahan pendekatan teknologi agar menjadi teknologi ramah lingkungan dalam produksi barang dan jasa pada suatu kegiatan pembangunan sehingga menjadi: Teknologi berlimbah rendah dan nirlimbah, upaya pengurangan limbah dalam proses industri, pencegahan pencemaran industri.

Menurut Adibroto (2002:122) salah satu pencapaian konsep pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan akan bergantung pada kemampuan untuk mengurangi dampak pada lingkungan akibat pemanfaatan sumberdaya melalui perubahan pendekatan teknologi.

Menurut Cui *et al.* (2006) menyatakan bahwa eko-teknologi merupakan perspektif pendekatan yang menjelaskan interdependensi sistem teknologi lingkungan dengan sistem biogeofisik. Pendekatan ini difokuskan pada peran ilmu pengetahuan dan teknologi dalam mengurangi kerusakan lingkungan secara integratif sejak ekstraksi bahan mentah, produksi barang dan jasa, pemanfaatan barang dan jasa, serta pengelolaan limbah yang tersisa. Fungsi pengintegrasian tersebut merupakan kontribusi utama Eko-teknologi bagi upaya pengelolaan lingkungan. Bersifat sistematik, berorientasi ke masa depan, serta efisiensi siklus melalui pemanfaatan sumberdaya alam, energi, dan limbah yang dibuang menjadi dasar model keterpaduan dari sistem biogenik ke sistem industri dan sebaliknya (Djajaningrat, 2002:182). Penerapan teknologi ramah lingkungan dapat membantu perusahaan dalam mengatasi isu lingkungan serta meningkatkan kinerja dari sebuah perusahaan.

Menurut Ar (2012) menyatakan bahwa kinerja merupakan suatu istilah umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode, seiring dengan referensi pada sejumlah standar seperti biaya-biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, suatu dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya. Anggit (2012) mengatakan bahwa kinerja adalah keberhasilan personil, tim, atau unit organisasi dalam mewujudkan sasaran strategik yang telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang diharapkan. Pengukuran kinerja merefleksikan filosofi dan kultur dari suatu organisasi serta menggambarkan seberapa baik suatu kinerja telah diselesaikan dengan biaya, waktu, dan kualitas yang optimal.

Vinagre *et al.* (2006) menganjurkan pertumbuhan penjualan, pertumbuhan tenaga kerja, pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan pangsa pasar sebagai pengukuran kinerja paling penting. Menurut He (2010) menyebutkan bahwa penilaian kinerja dengan membandingkan perusahaan dengan pesaing dalam pasar merupakan tambahan informasi yang penting. Pengukuran seperti itu memberikan informasi mengenai apakah perusahaan dengan mudah ditarik dengan trend pasar atau mereka menunjukkan perilaku pertumbuhan yang menyimpang secara substansi dibandingkan dengan industri lain secara umum.

Martinette dan Leeson (2012) menyatakan bahwa kinerja pemasaran yang diperoleh pada suatu saat dapat dipandang sebagai prestasi jangka pendek perusahaan. Tinggi rendahnya tingkat kinerja jangka pendek perusahaan merupakan instrumen untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Suatu perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif yang baik maka perusahaan tersebut dapat dikatakan memiliki kinerja perusahaan yang baik. Djodjobo (2014), mengemukakan peningkatan Persaingan antara perusahaan mengalami peningkatan terjadi dalam beberapa kondisi sebagai berikut: banyaknya usaha yang bersaing, ukuran serupa dari usaha yang bersaing, kapabilitas yang serupa dari usaha yang bersaing, dan ketika konsumen dapat beralih merek dengan mudah.

Keunggulan kompetitif merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Strategi yang didesain bertujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang terus menerus agar perusahaan dapat terus menjadi pemimpin pasar (Prakoso, 2005:53).

Perusahaan mengalami keunggulan kompetitif ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa (Suendro, 2010).

Menurut Barney (1991), mendefinisikan bahwa karakteristik sumber daya yang bernilai bagi keunggulan kompetitif adalah yang berkaitan dengan sumber daya yang bernilai, kompleks, eksklusif, mudah digeneralisasi, dan susah ditiru pesaing. Sebuah perusahaan menggunakan sumber daya yang unik untuk membuat penawaran yang memiliki nilai superior kepada pelanggan (Kaounides, 1999). Day dan Wensley (1988), kerangka mengidentifikasi dengan dua pendekatan yang berbeda yaitu fokus pelanggan dan pesaing terfokus. Berdasarkan dari banyaknya isu-isu lingkungan dewasa ini, pembuat perusahaan mulai menyadari pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Penerapan yang diikuti dengan rasa kepedulian terhadap lingkungan yang diterapkan oleh perusahaan, maka hal tersebut akan membuat perusahaan mendapatkan posisi lebih di masyarakat sehingga hal tersebut merupakan suatu nilai lebih yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat membedakan dengan perusahaan yang lain.

Vinayan *et al.* (2012) keunggulan kompetitif dianggap sebagai keuntungan dibanding kompetitor yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih pada konsumen dibanding penawaran kompetitor. Keunggulan kompetitif diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha (Al-Abed, 2014). Sutrasrawati (2008) perspektif terkini tentang keunggulan kompetitif adalah mempertimbangkan perspektif berbasis permintaan.

Menurut konsep ini keunggulan kompetitif dapat dilihat dari tingkat kepentingan kualitas terhadap pasar dan mengklasifikasikan ke dalam 4 (empat) tipe sumber daya dalam penciptaan nilai yaitu: proses sumber daya untuk menurunkan struktur biaya perusahaan, sumber daya produk untuk meningkatkan kinerja perusahaan, sumber daya waktu untuk menghantarkan nilai sesuai waktu pasar, dan sumber daya inovasi untuk mempengaruhi teknologi. Sumber daya ini dan sumber daya lainnya membentuk penciptaan nilai dalam proses pengembangan posisi keunggulan kompetitif perusahaan. Disamping hal tersebut, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor bagi perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif.

Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan terbaik kepadanya (Sumarto, 2014). Menurut Barney *et al.* (2004) layanan telah menggambarkan sebagai perbuatan, bertindak atau kinerja atau sebagai pertemuan dalam waktu antara benda-benda fisik. Dengan demikian layanan adalah hasil subjektif dicapai waktu pikir, gerak, dan emosi, tetapi dicapai dengan adanya bantuan produk nyata dan informasi. Konsep layanan adalah tidak jelas. Pelayanan didefinisikan melalui lensa pelanggan dengan fokus pada nilai yang digunakan (Liao, 2007).

Suryani (2015), mendefinisikan bahwa pelayanan adalah bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang yang diproduksi maupun terhadap jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat konsumen, dengan demikian pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu

barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa sehingga semakin baik pelayanan yang diterapkan oleh suatu perusahaan maka akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaannya.

Menurut Edura *et al.* (2008), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah konsep abstrak dan sulit dipahami karena baik, fitur khas yang dikenal dari layanan yaitu *intangibility*, *inseparability*, *heterogeneitys*, dan *perishability* produksi dan konsumsi, fitur ini membuat definisi dari kualitas dapat bervariasi dari orang ke orang, dan dari situasi ke situasi. Selanjutnya, pengalaman adalah insiden dalam waktu ke waktu, yang penting untuk dipertimbangkan bahwa sulit mendefinisikan kontrol pada variabel layanan yang merupakan satu interaksi pribadi yang terjadi antara konsumen dan penyedia layanan (Resnick & Griffiths, 2009).

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Rahmawati, 2010). Menurut Nisak dkk. (2014), apabila harapan pelanggan dilampaui oleh pelayanan yang dirasakan maka kualitas pelayanan sangat berkualitas (*quality superior*). Bila pelayanan yang dirasakan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan tidak memuaskan (*unacceptable quality*). Bila jasa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan memuaskan (*satisfactory quality*).

Berkembangnya kompetisi global dan meningkatnya kesadaran para pelaku bisnis akan pentingnya menjaga lingkungan hidup, telah menarik perhatian para

akademisi dan praktisi dalam mengkaji peran teknologi dalam mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Elliatan (2003) mengemukakan bahwa teknologi merupakan suatu kekuatan bagi organisasi bisnis dalam lingkungan yang kompetitif, sementara kemajuan teknologi memainkan peran penting untuk mencapai profitabilitas jangka panjang. Adopsi teknologi yang berkembang menjadi teknologi yang ramah lingkungan secara langsung berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan yang telah diuraikan, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H₁: Teknologi ramah lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

Indriani (2010) mengemukakan tingkat persaingan yang semakin tinggi akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Banyak pelaku usaha dalam mempertahankan usahanya melakukan peningkatan kualitas baik dari segi kualitas produk maupun jasa untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Menurut Indriani (2010) menyatakan bahwa kualitas pelayanan (*service quality*) sering dikonseptualisasikan sebagai perbandingan antara harapan dan kinerja actual pelayanan jasa. Ketika seorang konsumen mengeluarkan uang untuk mengkonsumsi suatu produk atau jasa, maka secara langsung konsumen tersebut juga mengkonsumsi sebuah pengalaman, yang kemudian memberi efek persepsi, dan berakhir pada suatu tingkat kepuasan emosional menggunakan jasa

perusahaan kembali. Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan yang telah diuraikan, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H₂: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

Telah diakui secara umum bahwa teknologi dapat membantu organisasi meningkatkan kinerja dan selanjutnya mencapai keunggulan kompetitif. Menurut Elliatan (2003) menemukan bahwa hubungan antara inovasi teknologi dan kinerja akan lebih kuat bagi organisasi besar. Salah satu inovasi dari teknologi tersebut adalah teknologi ramah lingkungan. Dampak teknologi terhadap kinerja adalah lebih besar bagi organisasi yang beroperasi dalam lingkungan jasa maupun manufaktur. Secara umum, temuan studi terdahulu cenderung mengindikasikan bahwa teknologi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Sehingga teknologi ramah lingkungan yang merupakan inovasi dari teknologi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan yang telah diuraikan, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H₃: Teknologi ramah lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Dewasa ini pada umumnya yang menjadi bahan percakapan pelanggan jasa adalah kualitas pelayanan dari perusahaan penyedia jasa. Indriani (2010) menyatakan untuk meningkatkan profitabilitas yang merupakan indikator dalam penilaian kinerja dan kesuksesan perusahaan dibutuhkan kualitas pelayanan yang maksimal karena berkaitan dengan keputusan konsumen, kesempurnaan total atau superioritas pelayanan perusahaan. Persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang telah diterima adalah hal yang sering di perbincangkan. Pelanggan

akan memasukkan produk, jasa, dan merek itu kedalam daftar percakapan dan secara sadar atau tanpa sadar mengungkapkannya kepada orang lain secara lisan (*word of mouth*) dalam berbagai kesempatan. Oleh karena itu membangun kualitas pelayanan secara maksimal dapat membangun *WOM* positif jika dikelola secara tepat untuk meningkatkan volume pelanggan yang berkunjung dan merupakan sebuah kepuasan konsumen atas kinerja dari suatu perusahaan. Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan yang telah diuraikan, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

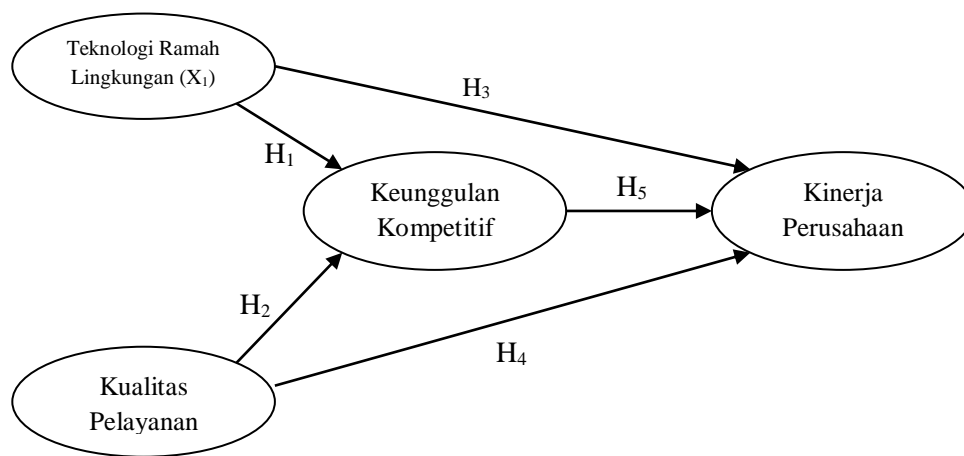
H₄: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Menurut Natasha (2013) *Competitive advantage* atau keunggulan kompetitif adalah keadaan di mana perusahaan dapat menciptakan posisi pertahanan yang baik atas pesaing-pesaingnya. Menurut Cynthia dan Hendra (2014), perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa. Menurut Cynthia dan Hendra (2014), keunggulan kompetitif dianggap sebagai keuntungan dibanding kompetitor yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih pada konsumen dibanding penawaran pesaing. Menurut Natasha (2013) perusahaan yang mempunyai daya saing yang baik akan cenderung mempunyai kinerja yang baik. Hal ini didukung oleh penelitian yang berjudul *The Relationship Between Organisational Competitive Advantage And Performance Moderated By The Age And Size Of Firms*". Hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *competitive advantages* dengan *firm performance* yang dimoderasi oleh usia dan ukuran

perusahaan. Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan yang telah diuraikan, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H₅: Keunggulan kompetitif berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan kajian studi-studi terdahulu baik secara konsep maupun empiris, maka dapat disusun suatu model penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif yang memakai 2 (dua) variabel independen, 1 (satu) variabel dependen dan 1 (satu) variabel mediasi. Menurut Sugiyono (2014), penelitian asosiatif merupakan sebuah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Lokasi penelitian ini adalah di Adi Dharma Hotel karena Kabupaten Badung memiliki pemandangan alam yang indah, sehingga banyak banyak pengusaha memanfaatkan peluang ini untuk membangun hotel. Ruang lingkup penelitian yang terdapat pada penelitian ini adalah hanya pada teknologi ramah lingkungan,

kualitas pelayanan, keunggulan kompetitif, dan kinerja perusahaan pada Adi Dharma Hotel. Dibatasinya penelitian yang dilakukan hanya pada variabel tersebut agar penelitian dapat berjalan fokus dan hasil yang diperoleh dapat lebih cepat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah teknologi ramah lingkungan dan kualitas pelayanan, variabel dependen yaitu kinerja perusahaan, dan variabel mediasi yaitu keunggulan kompetitif. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen Adi Dharma Hotel yang diambil dengan metode *random sampling* dengan jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 60 orang.

Pengujian instrumen menggunakan uji validitas, reliabilitas dan analisis faktor. Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh apa ketepatan dari pernyataan yang dipakai dalam kuesioner untuk mengukur setiap variabel yang akan diteliti. Tinggi rendahnya validitas menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Validitas dapat dilakukan dengan mengkorelasikan antar skor faktor dengan skor total dan bila korelasi tiap faktor tersebut bernilai positif ($r \geq 0,3$), maka instrumen penelitian tersebut dapat dikatakan valid (Sugiyono, 2014:172). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dengan kata lain, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Instrumen yang dikatakan reliabel adalah apabila variabel yang diukur memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $>0,60$ (Sugiyono, 2014). Teknik CFA ditujukan untuk mengestimasi *measurement model*, menguji unidimensional dari konstruk-konstruk eksogen dan endogen. Model CFA dari masing-masing

variabel, yaitu teknologi ramah lingkungan (X_1), kualitas pelayanan (X_2), keunggulan kompetitif (Y_1), dan kinerja perusahaan (Y_2). Korelasi *Kaiser Mayer Olkin* (KMO) atau *Barlett's test* pada analisis faktor akan menunjukkan validitas konstruk dari analisis faktor. KMO minimal 0,5 dan nilai KMO dibawah 0,5 menunjukkan bahwa analisis faktor tidak dapat digunakan. Faktor dipertimbangkan apabila *eigen value* bernilai lebih dari (1) dan varian kumulatifnya minimal 60 persen untuk penelitian-penelitian ilmu sosial (Latan, 2012:46).

Teknik Analisis Data yang digunakan pada penelitian ini adalah *path analysis*. Menurut Riduwan (2014:115), teknik analisis jalur ini digunakan dalam menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausalitas antar variabel X_1 , X_2 , dan Y_1 terhadap Y_2 . Teknik ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel teknologi ramah lingkungan dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan pada Konsumen di Adi Dharma Hotel. Untuk menguji pengaruh tidak langsung menggunakan Uji Sobel. Uji sobel dikembangkan oleh Sobel pada tahun 1982. Uji sobel merupakan alat analisis untuk menguji signifikansi hubungan tidak langsung antara variabel independen yaitu teknologi ramah lingkungan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen yaitu kinerja perusahaan (Y_2) melalui variabel keunggulan kompetitif (Y_1) yang menjadi variabel mediasi. Untuk menguji signifikansi keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi maka digunakan uji sobel

(Baron dan Kenny,1986). Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel yaitu $\geq 1,96$. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi (Ghozali, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum responden penelitian ini digambarkan dengan menyajikan karakteristik responden dilihat dari biografi. Banyaknya jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 orang. Karakteristik responden berdasarkan biografi disajikan secara rinci pada Tabel 1.

Tabel 1.
Karakteristik Responden

No	Biografi	Jumlah Responden	Persentase Responden %	Total	Persentase Total %	
1	Jenis Kelamin	Laki – Laki	32	53,33	60	100%
		Perempuan	28	46,67		
2	Usia	20 - 39 tahun	32	53,33	60	100%
		40 - 59 tahun	26	43,34		
		< 60 tahun	2	3,33		
3	Pendidikan Terakhir	SMA	41	68,33	60	100%
		Diploma	3	5		
		Sarjana	16	26,67		
		Magister	0	0		
		Dan lain lain	0	0		
4	Warga Negara	Indonesia	11	18,33	60	100%
		Asing	49	81,67		

Sumber : Olahan Data, 2017

Berdasarkan Tabel 1. jumlah seluruh responden adalah 60 orang yang didominasi oleh jenis kelamin laki-laki sebanyak 53,33 persen. Responden didominasi oleh kelompok usia 20 tahun hingga 39 tahun dengan persentase sebesar 53,33 persen. Pendidikan terakhir dalam tabel karakteristik responden didominasi lulusan SMA dengan persentase sebesar 68,33 persen. Terakhir, responden didominasi oleh warga negara asing sebanyak 81,67 persen.

Pengujian validitas instrumen pada penelitian ini dilihat dengan menggunakan nilai *pearson correlation*. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas Instrumen

No	Variabel	Indikator	Korelasi Item Total	Keterangan
1	Teknologi ramah lingkungan (X ₁)	X _{1.1}	0,826	Valid
		X _{1.2}	0,800	Valid
		X _{1.3}	0,866	Valid
2	Kualitas pelayanan (X ₂)	X _{2.1}	0,707	Valid
		X _{2.2}	0,881	Valid
		X _{2.3}	0,779	Valid
3	Keunggulan kompetitif (Y ₁)	Y _{1.1}	0,765	Valid
		Y _{1.2}	0,865	Valid
		Y _{1.3}	0,852	Valid
4	Kinerja perusahaan (Y ₂)	Y _{2.1}	0,810	Valid
		Y _{2.2}	0,847	Valid
		Y _{2.3}	0,860	Valid

Sumber : Olahan Data, 2017

Berdasarkan Tabel 2. hasil uji validitas instrumen menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi dari seluruh variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai skor total seluruh item pernyataan lebih besar dari 0,3.

Hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel bebas teknologi ramah lingkungan dan kualitas pelayanan, variabel mediasi yaitu keunggulan kompetitif dan variabel dependen yaitu kinerja perusahaan yang dimiliki dalam instrumen penelitian ini adalah valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Uji realibilitas dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3.
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Teknologi ramah lingkungan (X_1)	0,768	Reliabel
2	Kualitas pelayanan (X_2)	0,702	Reliabel
3	Keunggulan kompetitif (Y_1)	0,771	Reliabel
4	Kinerja Perusahaan (Y_2)	0,786	Reliabel

Sumber : Olahan Data, 2017

Berdasarkan Tabel 3. hasil uji reliabilitas instrumen menunjukkan bahwa besarnya nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel lebih besar dari 0,6 (*Cronbach's Alpha* > 0,60). Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian yang ada termasuk reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

Perhitungan koefisien *path* dilakukan dengan analisis regresi melalui *software SPSS for Windows*, hasil yang diperoleh ditunjukkan pada Tabel 4. untuk model I dan Tabel 5. untuk model II.

Tabel 4. menunjukkan nilai F hitung sebesar 71,082 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi pada Tabel 4. lebih besar dari *alpha* 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi ramah lingkungan dan kualitas pelayanan dapat digunakan untuk memprediksi keunggulan kompetitif, atau dapat dikatakan bahwa

variabel bebas teknologi ramah lingkungan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara serempak berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif (Y_1).

Tabel 4.
Persamaan Regresi Model I
Pengaruh Teknologi Ramah Lingkungan dan
Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Kompetitif

Variabel	Unstandarized		Standarized	T	Sig
	B	Std Error	Beta		
(Constant)	0,000	0,070		0,000	1,000
Teknologi Ramah Lingkungan (X_1)	0,601	0,108	0,601	5,571	0,000
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,294	0,108	0,294	2,722	0,009
R²					0,714
F Hitung					71,082
Sig. F					0,000

Sumber : Olahan Data, 2017

Tabel 5. menunjukkan besarnya nilai F hitung yaitu sebesar 83,597 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi pada Tabel 5. lebih kecil dari *alpha* 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi ramah lingkungan, kualitas pelayanan dan keunggulan kompetitif dapat digunakan untuk memprediksi kinerja perusahaan, atau dapat dikatakan bahwa teknologi ramah lingkungan (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan keunggulan kompetitif (Y_1) secara serempak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (Y_2). Besarnya nilai *adjusted R²* pada Tabel 5. menunjukkan nilai sebesar 0,817 yang berarti bahwa 81,7 persen kinerja perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi variabel teknologi ramah lingkungan, kualitas pelayanan,

keunggulan kompetitif, sedangkan sisanya ($100\% - 81,7\% = 18,3\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

Tabel 5.
Persamaan Regresi Model II
Pengaruh Teknologi Ramah Lingkungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Kompetitif

Variabel	Unstandarized		Standarized Coeficient	T	Sig
	B	Std Error	Beta		
(Constant)	0,000	0,057		0,000	1,000
Teknologi Ramah Lingkungan (X ₁)	0,299	0,108	0,299	2,766	0,008
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,326	0,092	0,326	3,530	0,001
Keunggulan Kompetitif (Y ₁)	0,356	0,107	0,356	3,332	0,002
R²					0,817
F Hitung					83,597
Sig. F					0,000

Sumber : Olahan Data, 2017

Tabel 6.
Hasil Uji Sobel Pengaruh Teknologi Ramah Lingkungan Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Kompetitif

Nilai Z	Sig
2,8223	0,0048

Sumber: Olahan Data, 2017

Hasil perhitungan pada Tabel 6. menunjukkan perbandingan nilai z hitung sebesar $2,8223 > z$ tabel sebesar 1,96 dan $\text{sig } 0,0048 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal tersebut berarti bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh

signifikan dan positif dalam memediasi teknologi ramah lingkungan terhadap kinerja perusahaan pada Adi Dharma Hotel.

Tabel 7.
Hasil Uji Sobel Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Kompetitif

Nilai Z	Sig
2,0521	0,0402

Sumber: Olahan Data, 2017

Hasil perhitungan pada Tabel 7. menunjukkan perbandingan nilai z hitung sebesar $2,0521 > z$ tabel sebesar 1,96 dan $\text{sig } 0,0402 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal tersebut berarti bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh signifikan dan positif dalam memediasi kualitas pelayanan terhadap kinerja perusahaan pada Adi Dharma Hotel.

Teknologi ramahlingkungan merupakan variabel bebas dalam penelitian ini yang diteliti dan diuji tentang bagaimana teknologi ramah lingkungan dalam mempengaruhi keunggulan kompetitif di Adi Dharma Hotel. Berdasarkan hasil perhitungan yang dipaparkan pada Tabel 4. dapat diketahui bahwa nilai *standardized beta* sebesar 0,601 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan angka tersebut mengindikasikan bahwa teknologi ramah lingkungan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan berdasarkan pendapat Elliatan (2003).

Kualitas pelayanan merupakan variabel bebas dalam penelitian ini yang diteliti dan diuji tentang bagaimana kualitas pelayanan dalam mempengaruhi keunggulan kompetitif di Adi Dharma Hotel. Berdasarkan hasil perhitungan yang

dipaparkan dapat diketahui bahwa nilai *standardized beta* sebesar 0,294 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$. Berdasarkan angka tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan berdasarkan pendapat Indriani (2010).

Tujuan ketiga dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh teknologi ramah lingkungan terhadap kinerja perusahaan di Adi Dharma Hotel. Berdasarkan hasil perhitungan yang dipaparkan dapat diketahui bahwa nilai *standardized beta* sebesar 0,299 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$. Berdasarkan angka tersebut mengindikasikan bahwa teknologi ramah lingkungan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini sesuai hipotesis yang diajukan berdasarkan pendapat Elliatan (2003).

Tujuan keempat dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kinerja perusahaan di Adi Dharma Hotel. Berdasarkan hasil perhitungan yang dipaparkan dapat diketahui bahwa nilai *standardized beta* sebesar 0,326 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Berdasarkan angka tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan berdasarkan pendapat Indriani (2010).

Tujuan terakhir dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan di Adi Dharma Hotel. Berdasarkan hasil perhitungan yang dipaparkan dapat diketahui bahwa nilai *standardized beta* sebesar 0,356 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$.

Berdasarkan angka tersebut mengindikasikan bahwa keunggulan kompetitif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan berdasarkan pendapat Natasha (2013).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Teknologi ramah lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif di Adi Dharma Hotel. Semakin baik teknologi ramah lingkungan yang diterapkan maka keunggulan kompetitif akan meningkat. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif di Adi Dharma Hotel. Artinya, jika kualitas pelayanan makin ditingkatkan maka keunggulan kompetitif juga akan meningkat. Teknologi ramah lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan di Adi Dharma Hotel. Artinya, jika teknologi ramah lingkungan yang diterapkan semakin baik maka kinerja perusahaan akan meningkat. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan di Adi Dharma Hotel. Artinya, jika kualitas pelayanan makin ditingkatkan maka kinerja perusahaan juga akan meningkat. Keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan di Adi Dharma Hotel. Artinya, jika keunggulan kompetitif pada perusahaan meningkat maka kinerja perusahaan juga akan meningkat. Keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi teknologi ramah lingkungan terhadap kinerja perusahaan pada Adi Dharma Hotel.

Keunggulan kompetitif berpengaruh signifikan dan positif dalam memediasi kualitas pelayanan terhadap kinerja perusahaan pada Adi Dharma Hotel.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

Perlu dipertimbangkan adanya pengecekan, perawatan, dan penerapan inovasi teknologi menjadi ramah lingkungan bagi perusahaan, disamping untuk menjaga kelestarian lingkungan, teknologi ramah lingkungan juga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Perlu dipertimbangkan untuk melakukan pelatihan keterampilan bahasa asing dan pelatihan terkait lainnya (seperti *customer service*, dll) untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada bagi perusahaan karena kualitas pelayanan sangat berpengaruh bagi peningkatan keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Saran bagi peneliti yaitu perlu dipertimbangkan untuk meneliti faktor-faktor lain diluar teknologi ramah lingkungan, kualitas pelayanan, dan keunggulan kompetitif untuk mengetahui kinerja perusahaan, karena masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Perluas cakupan wilayah penelitian tidak hanya di Adi Dharma Hotel, melainkan meneliti lokasi hotel lain sebagai lokasi penelitian.

REFERENSI

- Adibroto, Tusy Augustine. 2002. Prospek dan Permasalahan Dalam Transfer Teknologi Lingkungan di Indonesia. *Jurnal teknologi lingkungan*, 3(2): 121-128.
- Afandi, Rifki. 2013. Integrasi Pendidikan Lingkungan Hijau Melalui Pembelajaran Sekolah Sebagai Alternatif Menciptakan Sekolah Hijau. *PEDAGOGIA*, 2(1): 98-108.

- Al-Abed, M.S., Zainal A.A., and Muhammad A.A. 2014. Technology Transfer Performance and Competitive Advantage: Evidence from Yemen. *Asian Social Science*, 10(3): 195-204.
- Anggit, Daru P. 2012. Pengukuran Kinerja Dengan Pendekatan *Balanced Scorecard* Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kebumen. *Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Ar, I.M. 2012. The Impact of Green Product Innovation on Firm Performance and Competitive Capability: The Moderating Role of Management Environmental Concern. *Procedia-Social and Behavioral Science* 62, pp: 854-864.
- Barney, J.B. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1): 99-120.
- Barney, J.B., Gautam R., and Waleed A.M. 2004. Capabilities, Business Processes, and Competitive Advantage : Choosing the Dependent Variable is Empirical Test of The Resources-Based View. *Strategic Management Journal*, 25(1): 23-37.
- Baron, R.M., dan D. A. Kenny. 1986. The Moderator-Mediator Variabel Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal Personality & Social Psychology*, 51(6): 1173-1182.
- Cui, A.S., David A.G, Tamer C., and Marina D. 2006. The influence of Market and Cultural Environmental Factors on Technology Transfer Between Foreign MNCs and local subsidiaries: A Croatian illustration. *Journal of World Business*, 41(2): 100-111.
- Day, G.S., and Robin W. 1988. Assesing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority. *The Journal Of Marketing*, 52(2):1-20.
- Djajadiningrat, Azis. 2002. Perkembangan IPTEK Dalam Pengelolaan Lingkungan. *Jurnal Teknologi Lingkungan*, 3(3): 180-186.
- Djodjobo, C.V., dan Hendra N. T. 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 2(3): 1214-1224.
- Edura, Wan., and Kamaruzaman J. 2008. Service Quality in Health Care Setting. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 22(5): 471-482.

- Ellitan, Lena. 2003. Peran Sumber Daya Dalam Meningkatkan Pengaruh Teknologi Terhadap Produktivitas. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 5(2): 156-170.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Undip.
- He, Ying. 2010. Environmental Management within Projects. *International Journal of Business and Management*, 5(1): 205-210.
- Indriani, Anak Agung Sagung Istri. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Word Of Mouth* yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan Pada PT. Auto Bagus Rent A Car Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(5).
- Kaounides, L.C. 1999. Science, Technology, and Global Competitive Advantage: The Strategic Implication Of Emerging Technologies for Corporation and Nations. *International Studies Of Management & Organization*, 29(1): 53-79.
- Kardono. 2010. *Teknologi Ramah Lingkungan: Kriteria Verifikasi, dan Arah Pengembangan*. Jakarta: Lokakarya (BPPT, Jakarta).
- Latan, Hengky. 2012. *Structural Equation Modeling: Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program LISREL 8.80*. Bandung: Alfabeta.
- Liao, Hui. 2007. Do It Right This Time: The Role Of Employee Service Recovery Performance In Customerperceived Justice And Customer Loyalty After Service Failures. *Journal Of Applied Psychology*, 92(2): 475-489.
- Martinette, L.A. and Alice O.L. 2012. The Relationship Between Learning Orientation And Business Performance And The Moderating Effect Of Competitive Advantage: A Service Organization Perspective. *Journal of Service Science*, 5(1): 43-58.
- Masanet, M. J., and Llodra. 2006. Environmental Management Accounting: A Case Study Research on Innovative Strategy. *Journal of Business Ethics*, 68(4): 393-408.
- Natasha, Priscilla Devie. 2013. Analisa Pengaruh Strategic Planning Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*, 1(2): 186-196.
- Nisak, K., Agus S., dan Abdul W. 2014. Efektivitas Pelayanan di Stasiun Kereta Api Kertosono Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(3): 111-114.

- Ofani, Wina Hastria. 2015. Pengaruh Karakteristik Tugas, Karakteristik Teknologi, dan Karakteristik Individu Terhadap *Task-Technology Fit* (Survey Pada Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia (TELKOM) Tbk. Kandatel Jombang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(1).
- Perwitasari, Yunita. 2011. Perencanaan dan Perancangan Hotel Resor di Pecatu, Bali. *Skripsi Jurusan Arsitektur Pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Porter, M.E. 1992. *Keunggulan Bersaing "Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul"*. Jakarta: Erlangga.
- Prajogo, D., Ailie K.Y.T., and Kee H.L. 2012. The Diffusion Of Environmental Management System And Its Effect On Environmental Management Practices. *International Journal Of Operations and Production Management*, 34(5): 565-585.
- Prakoso, Bagas. 2005. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, 2(1): 35-57.
- Rahmawati, Diana. 2010. Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pegawai Administrasi dan Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Administrasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Lingkungan FISE UNY. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 8(2): 18-32.
- Resnick, S.M., and Mark D.G. 2009. Service Quality in Alcohol Treatment: A Research Note. *International Journal of Health Care Quality*, 24(2): 149-163.
- Riduwan, E.A.K., dan Engkos Achmad. 2014. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Alfabeta: Bandung.
- Siswanto, Bambang. 2010. Perkembangan Konsep dan Penelitian Green Marketing: Analisis Pustaka. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 10(1): 63-70.
- Suendro, Ginanjar. 2010. Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan. *Tesis Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang*.
- Sumarto, Laksono. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Perilaku Word of Mouth Mahasiswa Pendidikan Olah Raga dan Kesehatan di Universitas Pembangunan Surakarta. *Jurnal Analitika*, 24(1): 1-27.

- Suryani, Wan. 2015. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit Umum Pirngadi Medan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1): 819-837.
- Sutrasmawati, Endang. 2008. Pengaruh Kompetisi Produk Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Competitive Advantage. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 15(2): 91-97.
- Vinagre, M.H., and Jose N. 2006. The Influence of Service Quality and Patients' Emotion on Satisfaction. *International Journal of Health Care Quality*, 21(1): 87-103.
- Vinayan., Gowrie., Jayashree., Sreenivasan., and Govindan M. 2012. Critical Success Factors of Sustainable Competitive Advantage: A Study in Malaysian Manufacturing Industries. *International Journal of Business and Management*, 7(22): 29-45.