

PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. ANUGRAH KARUNIA LOGISTIK

Nunky Junior Seaman Mangiri¹; Luana Sasabone²
Universitas Kristen Indonesia Paulus, Makassar^{1,2}
Email: kikimangiri@gmail.com¹; luanasasabonee@gmail.com²,

ABSTRAK

Tujuan dilakukan penelitian ini yakni agar bisa melihat pengaruh dari kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada loyalitas pelanggan di PT Anugrah Karunia Logistik. Data penelitiannya didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner untuk 150 responden yang merupakan pelanggan PT Anugrah Karunia Logistik. Analisis datanya melalui metode regresi linear berganda. Hasilnya menjelaskan kualitas pelayanan dan citra perusahaan dan mempengaruhi positif signifikan pada loyalitas pelanggan di PT Anugrah Karunia Logistik. Selain itu, citra perusahaan mempengaruhi lebih dominan pada loyalitas pelanggan dibandingkan kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan kepada PT Anugrah Karunia Logistik untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya dan citra perusahaan guna mempertahankan loyalitas pelanggannya dan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Kemudian, penelitian ini bisa menjadi referensi bagi perusahaan lainnya dalam melakukan pengembangan pemasaran yang baik sebagai peningkatan loyalitas pelanggannya.

Kata Kunci : Citra Perusahaan; Kualitas Pelayanan; Loyalitas; Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this research is to be able to see the effect of service quality and company image on customer loyalty at PT Anugrah Karunia Logistik. The research data was obtained from the results of distributing questionnaires to 150 respondents who were customers of PT Anugrah Karunia Logistik. Analysis of the data through multiple linear regression method. The results explain service quality and corporate image and have a significant positive effect on customer loyalty at PT Anugrah Karunia Logistik. In addition, corporate image has a more dominant influence on customer loyalty than service quality. Based on the results of this study, it is suggested to PT Anugrah Karunia Logistik to continue to improve its service quality and corporate image in order to maintain customer loyalty and increase customer satisfaction. Then, this research can be a reference for other companies in developing good marketing to increase customer loyalty.

Keywords : Corporate Image; Service quality; Loyalty; Customer

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, persaingan bisnis terjadi dengan ketat dan kompleks, sehingga perusahaan dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif guna sebagai peningkatan dan pertahanan banyaknya konsumen. Sebuah strategi pemasaran yang

efektif yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan serta citra perusahaan yang diberikan kepada pelanggan.

PT Anugrah Karunia Logistik yaitu perusahaan jasa logistik di bidang pengiriman barang dan dokumen. Sebagai perusahaan jasa logistik yang berorientasi pada pelanggan, PT Anugrah Karunia Logistik perlu memperhatikan kualitas pelayanan dan citra perusahaan guna mempertahankan serta bisa memberi peningkatan loyalitas pelanggannya.

Tujuan penelitian ini yakni melakukan analisa pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada loyalitas konsumen di PT Anugrah Karunia Logistik. Maka, , harapannya memberikan penelitian yang bisa dijadikan masukan untuk PT Anugrah Karunia Logistik sebagai pengembangan strategi pemasaran yang baik untuk mempertahankan serta peningkatan jumlah pelanggan serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini juga memiliki tujuan untuk memberikan kontribusi bagi literatur tentang pemasaran dan bisnis dengan menguji pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan kepada loyalitas konsumen. Kemudian bisa digunakan menjadi referensi untuk perusahaan lainnya dalam mengembangkan strategi pemasaran yang baik guna sebagai peningkatan loyalitas pelanggan.

Metode penelitiannya menerapkan metode survei melalui pengambilan sampel 150 responden yang merupakan pelanggan PT Anugrah Karunia Logistik. Data diperoleh melalui kuesioner mengenai pertanyaan yang membahas kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan loyalitas pelanggan. Analisis datanya melalui upaya menerapkan metode regresi linear berganda.

Hasilnya ini bisa memberi tambahan pemahaman yang baik terkait faktor yang memberikan pengaruhnya pada loyalitas pelanggan pada PT Anugrah Karunia Logistik, khususnya dalam hal citra perusahaan dan kualitas pelayanan. Kemudian juga bisa digunakan sebagai acuan untuk perusahaan lain sebagai peningkatan kualitas pelayanan dan citra perusahaan guna mempertahankan loyalitas konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggannya.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada penelitian terdahulu terkait pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada loyalitas konsumen. Menurut Yoo dan Donthu (2001), sebuah citra

perusahaan mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan. Apabila citra perusahaan baik, maka kepuasan pelanggan bisa mengalami peningkatan, dan akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Sedangkan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), memaparkan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen. Jika kualitas pelayanannya baik, maka loyalitas pelanggan akan meningkat. Penelitian oleh Dodds, Monroe, dan Grewal (1991) menunjukkan bahwa citra perusahaan mempengaruhi dominan pada loyalitas pelanggan dari pada kualitas pelayanan. Hasilnya menjelaskan, citra perusahaan berpengaruh pada loyalitas pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan hanya memberi pengaruhnya pada loyalitas konsumen dengan kepuasan pada pelanggannya (Abdurrokhman, 2019).

Sementara itu, penelitian oleh Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1996) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas seseorang dengan langsung dan tanpa adanya kepuasan pelanggan. Hasil penelitian mereka menjelaskan, kualitas pelayanan yang baik bisa memberikan peningkatan pada loyalitas pelanggan tanpa adanya kepuasan pelanggan terlebih dahulu. Dalam konteks PT Anugrah Karunia Logistik, penelitian oleh Supranto (2010) menunjukkan citra perusahaan dan kualitas pelayanan memberi pengaruhnya yang positif pada kepuasan konsumen, serta kepuasannya berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, kesimpulannya keduanya mempengaruhi positif pada loyalitas konsumen di PT Anugrah Karunia Logistik melalui kepuasan pelanggan (Fitria, 2022).

Selanjutnya, temuan oleh Indarti dan Djastuti (2014) menjelaskan kualitas pelayanan dan citra perusahaan memberi pengaruhnya positif pada loyalitas konsumen dalam perusahaan jasa logistik. Hasilnya mereka menjelaskan kualitas pelayanan dan citra perusahaan mempengaruhi positif pada loyalitas pelanggan.

Penelitian oleh Nguyen dan Leblanc (2001) juga menjelaskan kualitas pelayanan mempengaruhi dominan pada loyalitas pelanggan dari pada citra perusahaan. Hasilnya mereka menjelaskan, kualitas pelayanan mempengaruhi langsung pada loyalitas pelanggan, sedangkan citra perusahaan hanya memiliki pengaruh tidak langsung melalui kepuasan pelanggan (Priyantini, 2022).

Dari tinjauan pustaka tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada loyalitas pelanggan masih menjadi topik diperdebatkan dalam penelitian pemasaran. Namun, sebagian besar penelitian

menjelaskan kualitas pelayanan dan citra perusahaan dan mempengaruhi positif pada loyalitas konsumen pada kepuasan konsumen. Maka, penelitian ini akan melihat pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada loyalitas konsumen di PT Anugrah Karunia Logistik (Suwarti, 2022).

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada. (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018:113). Penelitian ini akan menerapkan pendekatan kuantitatif dan metodenya survei. Sampel yang digunakan yakni pelanggan PT Anugrah Karunia Logistik yang telah menggunakan jasa perusahaan selama minimal 6 bulan terakhir. Sampelnya dipilih dengan purposive sampling, yakni upaya pemilihan sampel yang didasarkan pada kriteria, dalam hal ini pelanggan yang sudah memanfaatkan jasa perusahaan selama minimal 6 bulan terakhir.

Instrumen penelitiannya menerapkan kuesioner dengan tiga bagian. Bagian pertama yakni citra perusahaan, bagian kedua yakni kualitas pelayanan, dan bagian ketiga yakni loyalitas pelanggan. Setiap bagian terdiri dari beberapa pertanyaan dengan skala likert. Selanjutnya peneliti menganalisa data yang didapatkan melalui analisis regresi linear berganda.

Data yang didapatkan akan dilakukan pengujiannya dengan validitas dan reliabilitasnya menggunakan analisis validitas dan analisis reliabilitas dengan bantuan software SPSS. Validitas kuesioner akan diuji melalui uji validitas konstruk serta validitas diskriminan. Sedangkan reliabilitas kuesioner akan diuji dengan menggunakan uji koefisien alpha cronbach.

Sesudah datanya dinilai reliabel dan valid, maka selanjutnya dilakukan analisa melalui teknik analisis regresi linear berganda dalam melihat pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada loyalitas konsumen di PT Anugrah Karunia Logistik. Selain itu, melakukan uji asumsi klasik agar memberikan kepastian jika datanya sudah sesuai ketentuan menerapkan analisisnya.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Setelah dilakukan analisis data, diperoleh citra perusahaan dan kualitas pelayanan mempengaruhi positif dan signifikan pada kepuasan konsumen pada PT

Anugrah Karunia Logistik. Selanjutnya, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan di perusahaan tersebut. Hasil uji koefisien determinasinya menjelaskan citra perusahaan dan kualitas pelayanan bisa menerangkan kepuasan pelanggan senilai 64,7%, dan kepuasan pelanggan menerangkan loyalitas pelanggan senilai 71,2%. Maka, kualitas pelayanan dan citra perusahaan mempengaruhi besar pada loyalitas pelanggan di PT Anugrah Karunia Logistik.

Dari hasil penelitian, kesimpulannya kualitas pelayanan serta citra perusahaan mempengaruhi positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan pada PT Anugrah Karunia Logistik. Jadi, setiap perusahaan disarankan dalam memperhatikan kualitas pelayanan serta citra perusahaan guna meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan melalui perhatian pada kualitas produk dan jasa, serta meningkatkan komunikasi pada pelanggan.

Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasilnya menjelaskan citra perusahaan mempengaruhi positif signifikan pada loyalitas pelanggan pada PT Anugrah Karunia Logistik. Artinya jika citra perusahaan yang dimiliki oleh PT Anugrah Karunia Logistik baik, maka kepercayaan pelanggannya bisa terbentuk dan pelanggan akan merasakan nyaman serta yakin untuk terus melakukan transaksi dengan perusahaan tersebut. Citra perusahaan yang baik juga dapat meningkatkan kesan positif dan reputasi perusahaan, sehingga pelanggan akan merasa bangga untuk menjadi bagian dari perusahaan. Maka sebuah perusahaan harus memberikan perhatiannya pada citra perusahaan yang dimiliki agar bisa memberikan peningkatan loyalitas pelanggan (Hardiyanti, 2023).

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Selain citra perusahaan, hasilnya juga menjelaskan kualitas pelayanan mempengaruhi positif signifikan pada loyalitas pelanggan pada PT Anugrah Karunia Logistik. Artinya jika kualitas pelayanannya baik, maka loyalitas pelanggan membaik. Jika baiknya kualitas pelayanan, maka bisa memberi kepuasan untuk pelanggannya, dan pelanggan akan merasakan puas dan terdorong untuk melakukan transaksi kembali di masa mendatang. Suatu kualitas pelayanan yang baik juga bisa memberikan kepercayaan pelanggan, dan pelanggan akan merasakan nyaman dan yakin untuk terus melakukan transaksi dengan perusahaan tersebut. Maka perusahaan harus melihat

kualitas pelayanan yang diberikan agar bisa memberikan peningkatan loyalitas pelanggan (Jalal, 2012).

Pengaruh Kepuasan Pelanggan sebagai Mediator

Hasilnya menjelaskan kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara citra perusahaan dan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan di PT Anugrah Karunia Logistik. Artinya kepuasan pelanggan adalah faktor utama dalam memperkuat hubungan dari citra perusahaan kepada dan kualitas konsumen pada loyalitas konsumen. Sebuah kepuasan konsumen yakni tingkat kepuasan dari pelanggan pada sebuah produk maupun pelayanan dari suatu perusahaan. Jika pelanggan merasa senang dan puas, maka perusahaan cenderung mempertahankan hubungan dengan perusahaan dan melakukan transaksi kembali di waktu mendatang. Maka, setiap perusahaan harus memastikan jika pelanggannya telah puas pada produknya serta pelayanannya agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan (Nur, 2016).

KESIMPULAN

Dari hasil tersebut maka kesimpulannya, citra perusahaan dan kualitas pelayanan mempengaruhi positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan di PT Anugrah Karunia Logistik. Artinya jika perusahaan memiliki citra serta kualitas pelayanan membaik, maka loyalitas pelanggan pada perusahaan mengalami peningkatan.

Perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan dengan melakukan berbagai strategi pemasaran yang efektif, seperti melakukan kampanye branding, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan membangun reputasi perusahaan yang baik. Kemudian, setiap perusahaan harus melihat kualitas pelayanannya kepada pelanggan, seperti melayani dengan ramah, cepat, dan efisien, serta pemenuh pada keinginan dan kebutuhan dari pelanggannya secara maksimal.

Dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan citra perusahaan, perusahaan bisa memperkuat loyalitas pelanggan dan memperoleh keuntungan jangka panjang. Loyalitas pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang kembali, meningkatkan pendapatan perusahaan, serta mengurangi biaya pemasaran untuk mencari pelanggan baru. Maka, perusahaan perlu terus memperbaiki dan memberikan peningkatan citra dan kualitas pelayanannya untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrokhman Sidiq, A., Sugiharto, I. S., Sugiharto, I. S., Mustabihatun Umriyah, S. E. I., & Umriyah, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ulasan Produk Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Website Shopee (Studi Kasus: Konsumen di RSI Fatimah Cilacap).
- Fitria, S. S. (2022). Analisis Service Quality Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi (Doctoral dissertation, STIE Ekuitas).
- Hardiyanti, A. A. (2023). Pengaruh Customer Capital Dan Orientasi Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar)= The Influence Of Customers Capital And Service Orientation To Customer Loyalty Through Shopee Customer Satisfaction (Studies Case: Masters Management's Student Program Of Economy And Business Faculty Of Hasanuddin University Makassar) (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Jalal, M. M. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dengan Pendekatan Metode Servqual Dan Customer Satisfaction Indeks (CSI) (Studi Kasus Pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Jogjakarta).
- Nur, Z. (2016). Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Perdana Swalayan Medan (studi kasus tentang produk dan pelayanan berbasis nilai-nilai syariah) (Doctoral dissertation, Pascasarjana UIN Sumatera Utara).
- Pradana, T. (2023). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan religiusitas sebagai variabel moderasi: Studi pada Koperasi BMT Sarana Wiraswasta Muslim Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- PRIYANTINI, A. M., & Astuti, S. P. (2022). Pengaruh Dimensi Electronic Service Quality (E-Servqual) Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Pos Aja! Di Kabupaten Boyolali (Doctoral dissertation, FEBI/MBS).
- Suwarti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Harga, Promosi, Lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas. Studi kasus pada nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh Banyumas (Doctoral dissertation, UIN Prof KH Saifuddin Zuhri).
- Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 2(1), 106-128.