

APAKAH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN DAPAT BERPENGARUH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA DAPUR HIJAU PALASARI?

Tahmat¹, Raden Zalfaa Firdhaus Agustina²

^{1,2}Program Studi S1 Manajemen, Universitas Sangga Buana

² korespondensi: radenzalfaa@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence service quality and corporate image have on customer loyalty at Dapur Hijau Palasari Bandung. This research is of a quantitative type, the population of this study is the customers of the Green Kitchen Palasari Bandung with a sample taken of 98 people and the sampling technique using the proportional sampling method. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis, F test and t test. The results of this study simultaneously indicate that there is a positive influence of service quality and corporate image on customer loyalty at Dapur Hijau Palasari Bandung. Partially, service quality has an effect on customer loyalty and corporate image has an effect on customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Corporate Image, Customer Loyalty

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Dapur Hijau Palasari Bandung. Penelitian ini berjenis kuantitatif, populasi penelitian ini adalah pelanggan Dapur Hijau Palasari Bandung dengan sampel yang diambil sebanyak 98 orang dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode proporsional sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, Uji F dan Uji t. Hasil penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Dapur Hijau Palasari Bandung. Secara parsial kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Dalam bisnis terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh para pebisnis, seperti bertambahnya jumlah pengusaha di Indonesia yang membuat persaingan di pasar semakin ketat salah satunya adalah mendapatkan dan menjaga pelanggan yang loyal, hal tersebut membuat pemilik usaha harus memberikan layanan dan kesan yang baik kepada pelanggan. Di Indonesia khususnya di kota Bandung terdapat berbagai macam bidang usaha, saat ini usaha di bidang makanan menjadi salah satu usaha yang sedang mendapat perhatian khusus dan juga mempunyai prospek yang baik sehingga

banyak orang yang memulai usaha makanan baik berupa warung, kantin, cafe, kedai, restoran dan tempat makan lainnya, salah satunya adalah Dapur Hijau Palasari. Berdasarkan hasil observasi awal kepada 20 pelanggan Dapur Hijau Palasari sebesar 57% pelanggan merasa kualitas layanan yang diberikan belum memenuhi harapan mereka, hal ini disebabkan oleh proses pelayanan yang kurang cepat dan karyawan yang tidak memberikan jaminan jika makanan/minuman tidak sesuai dengan pesanan. Mengenai citra perusahaan sebesar 66,25% pelanggan belum mendapatkan kesan yang baik tentang Dapur Hijau Palasari, hal ini dapat disebabkan oleh

karyawan yang kurang perhatian kepada pelanggan serta Dapur Hijau Palasari belum memiliki karyawan yang unggul dimata pelanggan dan sebesar 65% pelanggan belum mempunyai loyalitas kepada Dapur Hijau Palasari, hal ini dapat disebabkan oleh kualitas layanan yang masih rendah dan citra perusahaan yang kurang baik karena berdasarkan penelitian sebelumnya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia di Banda Aceh dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi menyatakan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (1) sedangkan dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan pada Loyalitas Pelanggan menyatakan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (2). Menurut Tjiptono loyalitas pelanggan adalah reaksi yang sangat terkait dengan ikrar atau janji untuk memenuhi komitmen yang mendukung kemitraan jangka panjang dan biasanya ditunjukkan dengan pembelian kembali secara teratur (3) ada pula dimensi loyalitas pelanggan menurut Griffin yaitu *make regular repeat purchase, purchase across product and service lines, refers other, dan demonstrates immunity to pull of the competition* (4). Menurut Kotler kualitas pelayanan merupakan keseluruhan yang menunjukkan seberapa baik mereka dapat memenuhi permintaan klien yang jelas dan tidak terlihat (5). Kotler juga mengemukakan

5 dimensi kualitas layanan, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* (6). Menurut Omoregie et al citra perusahaan merupakan sejenis aset tidak berwujud yang dimiliki bisnis yang mudah dikenali tetapi sulit ditiru (2). Menurut Irawan terdapat 4 dimensi citra perusahaan, yaitu *quality, performance, responsibility, dan attractiveness* (7).

METODE

Dalam penelitian ini variabel yang akan diteliti adalah kualitas layanan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Populasi yang digunakan adalah total pelanggan selama bulan Januari sampai Maret 2023, yaitu sebanyak 5.390 lalu diperoleh sampel sebanyak 98 orang. Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber yang langsung memberikan data kepada peneliti (8). dan data sekunder sebagai sumber yang memberikan data melalui orang atau dokumen secara tidak langsung kepada peneliti (8). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui penyebaran kuesioner yang dikembangkan dari indikator-indikator variabel penelitian, lalu jawaban dari kuisisioner tersebut akan diukur menggunakan skala likert dan dilakukan uji validitas untuk menilai valid atau tidaknya setiap pertanyaan pada kuesioner dengan membandingkan hasil skor setiap item pertanyaan dengan jumlah seluruh skor item menggunakan korelasi *Product Moment* (8). Jika seluruh pertanyaan sudah valid akan

dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui seberapa konsisten suatu alat ukur (9). Rumus yang digunakan untuk menghitung reliabilitas adalah rumus *Alpha Cronbach* (10). Selanjutnya dilakukan analisis deskriptif yang dihitung menggunakan jenjang interval dan ServQual untuk mengukur kualitas layanan dikembangkan oleh Parasuraman, Zethaml, dan Berry yang merupakan perbandingan dua variabel kunci, khususnya kesan pelanggan terhadap layanan aktual yang benar-benar mereka terima dari penyedia layanan aktual yang diharapkan. Ketika kinerja melebihi harapan, layanan dianggap berkualitas tinggi namun, ketika kinerja dibawah harapan, layanan tersebut dikatakan berkualitas rendah (11). Tahap selanjutnya adalah analisis verifikatif yang dihitung dengan melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda dengan persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots\dots\dots (1)$$

Selanjutnya dilakukan analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi dengan rumus:

$$Kd = r^2 \dots\dots\dots (2)$$

Kemudian dilakukan uji hipotesis dengan 2 pengujian, yaitu uji simultan (uji F) dengan rumus:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \dots\dots\dots (3)$$

Uji parsial (uji t) dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \dots\dots\dots (4)$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil responden yang berpartisipasi dalam sampel penelitian ini, yang mencakup informasi tentang jenis kelamin, usia, dan pekerjaan, memberikan gambaran luas tentang responden disajikan dalam table sebagai berikut:

Tabel 1: Gambaran Umum Responden

	Karakteristik	F	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	40	40,82%
	Perempuan	58	59,18%
Total		98	100%
Usia	15-20	14	14,29%
	21-25	61	62,24%
	26-30	5	5,1%
	>30	18	18,37%
Total		98	100%
Pekerjaan	Buruh Pabrik	2	2,04%
	Karyawan BUMN/BUMD	1	1,02%
	Karyawan Swasta	19	19,39%
	Mahasiswa/Pelajar	62	63,27%
	Ibu Rumah Tangga	12	12,24%
	Wiraswasta	2	2,04%
Total		98	100%

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2023

Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu 50 orang sedangkan laki-laki 48 orang, dengan usia terbanyak adalah antara 21-25 tahun dan, sedangkan terendah berusia 26-30 tahun. Berdasarkan karakteristik pekerjaan

responden yang masih berstatus mahasiswa/pelajar mendominasi penelitian ini, sedangkan karyawan BUMN/BUMD menjadi responden dengan jumlah paling sedikit, yaitu hanya 1 orang.

Tabel 2: Uji Validitas

r tabel = 0,1671				
No. Item	Kualitas Layanan (X1) Performance	Kualitas Layanan (X2) Expectation	Citra Perusahaan (X2)	Loyalitas Pelanggan (Y)
1	0,363	0,805	0,792	0,699
2	0,401	0,685	0,712	0,633
3	0,645	0,736	0,580	0,841
4	0,496	0,784	0,543	0,661
5	0,604	0,763	0,759	
6	0,668	0,873		
7	0,488	0,551		
8	0,722	0,659		
9	0,540	0,428		
10	0,574	0,399		
Keterangan	Valid	Valid	Valid	Valid

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2023

Tabel 2 menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada variabel Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan, memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel

(0,1671), maka instrumen-instrumen tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 3: Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung	Nilai Cronbach Alpha	Kesimpulan
Kualitas Layanan (X1) Performance	0,742	0,6	Reliabel
Kualitas Layanan (X2) Expectation	0,861	0,6	Reliabel
Citra Perusahaan (X2)	0,708	0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,653	0,6	Reliabel

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2023

Tabel 3 menunjukkan hasil uji reliabilitas pada setiap variabel memiliki nilai hitung lebih besar dari *Cronbach Alpha* 0,6 artinya

instrumen dapat dikatakan reliabel (layak) dan konsisten.

Tabel 4: Analisis Deskriptif

Variabel	Skor Akhir
Kualitas Layanan (X1) Performance	3,19
Kualitas Layanan (X1) Expectation	3,71
Citra Perusahaan (X2)	3,14
Loyalitas Pelanggan (Y)	3,12

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2023

Tabel 4 menunjukkan bahwa kinerja kualitas layanan (performance) yang diberikan memperoleh skor akhir sebesar 3,19 yang berada di kategori cukup baik, sedangkan harapan pelanggan untuk kualitas layanan yang diberikan (expectation) memperoleh skor akhir sebesar 3,71 yang berada di

kategori baik, maka terdapat GAP sebesar -0,52 yang menandakan pelanggan belum merasa puas atas kualitas layanan yang diberikan, sedangkan untuk variabel citra perusahaan dan loyalitas pelanggan berada di kategori cukup baik dengan masing-masing skor akhir sebesar 3,14 dan 3,12.

Tabel 5: Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	98
Kolmogorov-Smirnov Z	,803
Asymp. Sig. (2-tailed)	,539

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2023

Tabel 5 menunjukkan Angka probabilitas atau Asymp, Sig (2-tailed) sebesar 0,539 > 0,05

maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

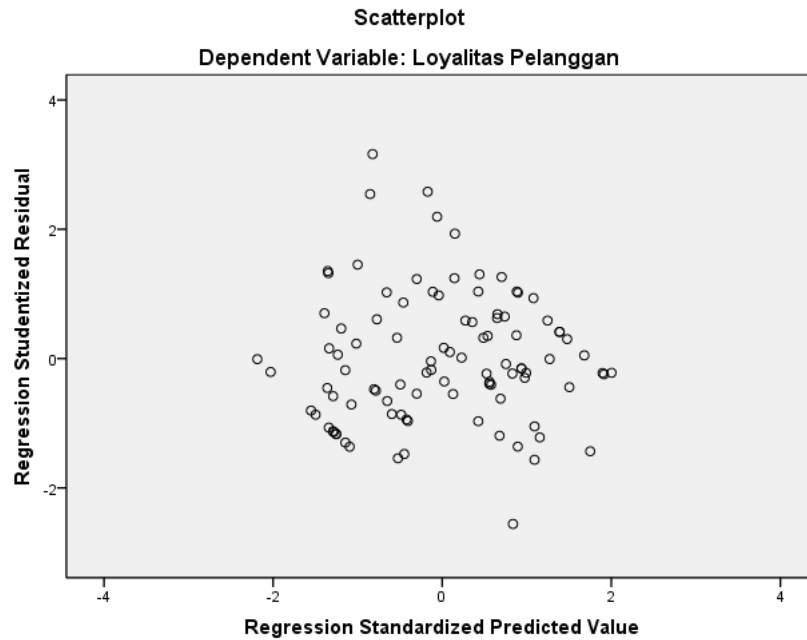
Tabel 6: Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Layanan	,351	2,846
Citra Perusahaan	,351	2,846

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2023

Tabel 6 menunjukkan nilai toleransi antar variabel independen sebesar $0,351 > 0,10$ dan

nilai VIF sebesar $2,846 < 10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.



Gambar 1: Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1 menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas karena tidak terdapat pola tertentu sehingga titik menyebar secara baik di

atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y.

Tabel 7: Analisis Regresi Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	,827	,991
Kualitas Layanan	,281	,048
Citra Perusahaan	,144	,092

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2023

Tabel 7 menunjukkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,827 + 0,281 X_1 + 0,144 X_2 + e \dots \dots \dots (5)$$

Menunjukkan β_1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,281 artinya variabel Kualitas

Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan dan β_2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,144 artinya variabel Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

Tabel 8: Uji Koefisien Korelasi

	Kualitas Layanan	Citra Perusahaan	Loyalitas Pelanggan
Kualitas Layanan	1	,805**	,771**
Citra Perusahaan	,805**	1	,681**
Loyalitas Pelanggan	,771**	,681**	1

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2023

Tabel 8 menunjukkan Kualitas Layanan memiliki hubungan yang termasuk kategori kuat terhadap Loyalitas Pelanggan, karena memiliki nilai sebesar 0,771 yang berada di kisaran 0,60-0,799 dan Citra Perusahaan memiliki hubungan yang termasuk kategori kuat terhadap Loyalitas Pelanggan, karena memiliki nilai sebesar 0,681 yang berada di kisaran 0,60-0,799.

Tabel 9: Uji Koefisien Determinasi

	R	R Square
1	,778a	,605

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2023

Tabel 9 menunjukkan pengaruh variabel Kualitas Layanan dan Citra perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 0,605 (60,5%) dan sisanya sebesar 39,5% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti harga, promosi, produk dan lokasi.

Tabel 10: Uji Simultan (Uji F)

	F	Sig.
Regression	72,624	,000a

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2023

Tabel 10 menunjukkan nilai F hitung 72,624 > F tabel 2,36 dan nilai signifikansi $0 < 0,05$ artinya Terdapat pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan.

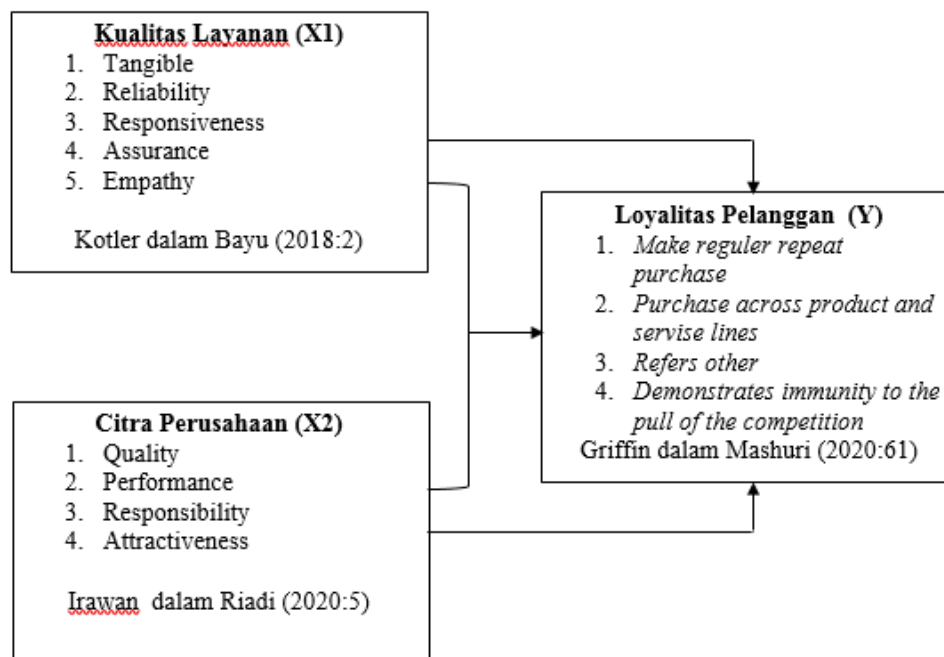
Tabel 11: Uji Parsial (Uji t)

	t	Sig.
Kualitas Layanan	11,862	,000
Citra Perusahaan	9,101	,000

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2023

Tabel 11 menunjukkan nilai t hitung kualitas layanan sebesar $11,862 > t$ tabel $1,66105$ dan nilai signifikansi $0 < 0,05$ artinya Terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dan nilai t hitung citra

perusahaan sebesar $9,101 > t$ tabel $1,66105$ dan nilai signifikansi $0 < 0,05$ artinya Terdapat pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan.



Gambar 2: Paradigma Penelitian

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan yang diberikan Dapur Hijau Palasari belum memenuhi harapan pelanggan, hal ini dapat dikarenakan tempat makan yang disediakan kurang nyaman dan kurangnya kepekaan karyawan kepada pelanggan. Citra perusahaan yang dimiliki Dapur Hijau Palasari memberikan kesan yang cukup baik kepada pelanggan hal ini dapat dikarenakan perhatian yang diberikan karyawan kepada

pelanggan, disisi lain pengelolaan Dapur Hijau Palasari masih kurang efektif. Loyalitas pelanggan Dapur Hijau Palasari cukup baik, hal ini dapat dikarenakan pelanggan melakukan pembelian ulang tetapi tidak memesan produk yang sama. Kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Dapur Hijau Palasari baik secara simultan maupun parsial.

DAFTAR PUSTAKA

1. Muzammil A, Yunus M, Darsono N. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom

- Indonesia di Banda Aceh Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. Fachrul Rizal. 2017;8(3):37–51.
2. Triandewo MA, Yustine Y. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen. *J Bisnis dan Akunt.* 2020;22(1):13–24.
 3. Riadi M. Loyalitas Konsumen [Internet]. *Kajian Pustaka.* 2021. Available from: <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/loyalitas-konsumen.html>
 4. Mashuri M. Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *Iqtishaduna J Ilm Ekon Kita.* 2020;9(1):54–64.
 5. Louisrianda R, Tabrani M. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Maskapai Garuda Indonesia. *J Ilm Mhs Ekon Manaj [Internet].* 2017;2(3):154–77. Available from: <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/3540/3281>
 6. Bayu DC. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif.* 2018;16(1):1–6.
 7. Riadi M. Citra Perusahaan [Internet]. *Kajian Pustaka.* 2020. Available from: <https://www.kajianpustaka.com/2020/10/citra-perusahaan.html>
 8. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Cetakan Ke. Bandung: Alfabeta, cv; 2018.
 9. Muna N, Kerti Yasa NNy, Ekawati NW, Artha Wibawa IM. *Kinerja Bisnis : Berdasarkan Perspektif Kualitas Jejaring Bisnis, Inovasi Produk, dan Adopsi Media Sosial, Konsep dan Aplikasi Penelitian.* R. Rerung R, editor. Bandung: Media Sains Indonesia; 2022.
 10. Santri Syafri F. *Pengembangan Modul Pembelajaran Aljabar Elementer di Program Studi Tadris Matematika IAIN Bengkulu.* Isran D, Sumarto A, editors. Bengkulu: CV. Zigie Utama; 2019.
 11. Tiong P. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Effect Of Quality Of Service To Customer Loyalty PT . *Primagum Sejati In Makassar Piter Tiong.* 2018;1(2):176–204.